

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**Departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamientos Psicológicos I**



**TESIS DOCTORAL**

**La apreciación de la belleza y la excelencia : desarrollo de un  
instrumento de medida y evaluación de una intervención**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

**María Luisa Martínez Martí**

Directoras

María Dolores Avia  
María José Hernández Lloreda

**Madrid, 2014**

# **UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**  
Departamento de Personalidad, Evaluación  
y Tratamientos Psicológicos I



## **LA APRECIACIÓN DE LA BELLEZA Y LA EXCELENCIA. DESARROLLO DE UN INSTRUMENTO DE MEDIDA Y EVALUACIÓN DE UNA INTERVENCIÓN**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR  
PRESENTADA POR

María Luisa Martínez Martí

Bajo la dirección de las Doctoras  
María Dolores Avia y María José Hernández Lloreda

Madrid, 2013



## *Agradecimientos*

A mis tutoras, María Dolores Avia y María José Hernández Lloreda, por su guía, por transmitirme sus conocimientos, por su dedicación en este trabajo y por su gran paciencia conmigo en este largo proceso.

A los profesores Carmelo Vázquez, Gonzalo Hervás, Jesús Carrillo, José Luis Zaccagnini, Inés Carrasco, María Ángeles Ruiz, Manuel Jesús Rodríguez Abuín, Isabel Calonge y Leticia Pérez del Tío por su ayuda para conseguir participantes en los distintos estudios, y a Felicia Huppert, por su ayuda en el diseño de la intervención durante mi estancia de investigación con ella.

A mi familia, a mis padres y hermanos, por el apoyo moral y la confianza, la ayuda con la burocracia, y en concreto a Gabi por haberme ayudado con la creación de los vídeos de la intervención; a Tony por su ayuda con las traducciones de las escalas utilizadas en este estudio, tarea en la cual también me ayudó Natalia Farrán, y por lo que le estoy muy agradecida; y a Claudio, por su cariño incondicional y sacrificios continuos que me han ayudado tanto de tantas maneras que es imposible de enumerar.

A todos mis amigos por sus ánimos y ayuda, a los nimegos, y en concreto a Lorena, María P., Rocío, Carol, María B. e Isa por su ayuda con la tesis, entre otras cosas por darme su opinión en la elaboración de los ítems de la escalas y por participar en el prepiloteo de la intervención. Y también a Álvaro, Núria y Mar por ayudarme con las correlaciones esperadas de la red nomológica.

También me gustaría dar las gracias a todos los participantes de los estudios por su buena disposición y generosidad al ayudarme en la realización de los estudios, regalándome su tiempo y compartiendo conmigo sus pensamientos y emociones.

Finalmente, a todos los pensadores e investigadores que con su trabajo previo me han ayudado a comprender mejor qué sucede cuando las personas apreciamos la belleza y la excelencia del mundo.

En fin, ha habido tanta gente que me ha ayudado en esta tesis de una manera u otra que la lista sería larguísima. Por tanto, aunque no os nombre de manera explícita, os doy las gracias a todos de corazón.



“Bien sabéis que la humanidad puede vivir sin ciencia, sin pan, pero sin lo bello, no puede”.

“Cuando en un pueblo se preserva el ideal de belleza queda asegurado el más alto grado de desarrollo de ese pueblo”.

Dostoyevski



## Resumen

La belleza y la excelencia han sido objeto de fascinación desde la Antigüedad, pero la capacidad para apreciarlas sólo ha comenzado a estudiarse en psicología muy recientemente. Con el surgimiento de la psicología positiva, Peterson y Seligman (2004) proponen la apreciación de la belleza y la excelencia (ABE) como una fortaleza del carácter y la definen como la capacidad para percibir y apreciar la belleza, la virtud (excelencia moral) y el talento (excelencia no moral) en los mundos físico y social.

La presente tesis tiene como finalidad avanzar nuestro conocimiento sobre la ABE. En primer lugar se realizó una extensa revisión teórica, que incluye áreas tan diversas como la psicología positiva o la neurociencia (Capítulo 2). Tras la revisión teórica se establecieron los siguientes objetivos:

- 1) Investigar la estructura factorial de la ABE y sus relaciones con la personalidad, la prosocialidad y el bienestar, para lo cual se construyó un instrumento de medida de la ABE (Capítulo 3).
- 2) Evaluar si es posible desarrollar la apreciación de la belleza y si ésta tiene un efecto en los sentimientos subjetivos de bienestar, la esperanza y la autotrascendencia, para lo cual diseñamos y evaluamos un programa de entrenamiento de la apreciación de la belleza (Capítulo 4).

Para la construcción de la Escala de apreciación de la belleza y la excelencia y el análisis de sus propiedades psicométricas, se realizaron tres estudios. En el Estudio 1, se exploraron los aspectos psicológicos de la ABE. Se observó que las personas suelen percibir más la belleza que la excelencia, y encuentran la belleza sobre todo en la naturaleza. Durante la experiencia de ABE predominan pensamientos positivos sobre el mundo y las personas, emociones como asombro y admiración, y conductas relacionadas con la ampliación del conocimiento sobre el estímulo percibido, un acercamiento a él y la motivación a imitar la conducta apreciada. En el Estudio 2, se creó una batería de ítems de la ABE y se evaluó con análisis factorial exploratorio. En el Estudio 3, se examinó un modelo de tres factores correlacionados (belleza, excelencia moral y excelencia no moral) mediante un análisis factorial confirmatorio, el cual demostró un buen ajuste a los datos, mejor que los modelos de una y dos dimensiones. La consistencia interna de los factores fue buena. Los tres factores correlacionaron, en general, de la manera esperada con las variables de la red nomológica. Se observó que la apreciación de la belleza aumenta ligeramente con la edad y la educación, y las mujeres tienden a apreciar la excelencia moral levemente más que los hombres. Las personas altas en ABE son más abiertas a la experiencia, amables, extrovertidas, responsables y menos neuróticas, siendo la apertura a la experiencia el factor más fuertemente relacionado con la ABE. No obstante, la ABE demostró ser un constructo único y no una mera combinación de los cinco factores de la personalidad. Asimismo, la ABE correlacionó positivamente con distintos indicadores de prosocialidad y bienestar.



En la evaluación de la intervención en apreciación de la belleza, las personas indicaron ser más conscientes de la presencia y belleza de los objetos y personas de su entorno, a los que valoraban más, ser más conscientes de las emociones que les producía la belleza, de las cosas que les resultaban especialmente bellas y que les generaban bienestar, y prestaban más atención a un estímulo bello cuando éste era percibido. Aunque el efecto de la intervención en apreciación de la belleza no fue estadísticamente significativo, hubo un incremento moderado en el grupo experimental tras la intervención, que no se dio en los otros dos grupos control, y además el grupo experimental puntuó más alto que los otros dos grupos en el post-test y en el seguimiento con tamaños del efecto entre moderados y grandes. Además, la intervención produjo un efecto estadísticamente significativo en la conciencia sobre cómo la belleza nos influye, y cerca de la significación estadística en conciencia de la presencia de belleza y en actitud estética. El grupo experimental puntuó más alto en estas variables en el post-test que en el pre-test y más alto que los otros grupos en el post-test, y algunos de estos cambios se mantuvieron o siguieron creciendo en el seguimiento. Además, el grupo experimental incrementó significativamente sus sentimientos subjetivos de bienestar, puntuando más alto que los otros dos grupos en el post-test. Los participantes notaron un mayor bienestar y experimentaron con frecuencia emociones como felicidad, alegría, tranquilidad, paz o gratitud. Finalmente, esta tesis termina con una exposición de las conclusiones y de futuras líneas de investigación (Capítulo 5).

# Índice

Capítulo 1. Introducción .....	1
Capítulo 2. La apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza del carácter .....	21
2.1. Introducción .....	21
2.2. Definición.....	21
2.2.1. Diferencias y semejanzas con tres constructos psicológicos afines: mindfulness, flow y saboreo.....	22
2.2.2. Relación con otras fortalezas del carácter .....	23
2.2.3. Relación con los cinco factores de la personalidad y otros rasgos.....	25
2.2.4. Relación con bienestar.....	25
2.2.5. Relación con género y edad.....	26
2.2.6. Diferencias entre países .....	27
2.3. Criterios para la fortaleza .....	27
2.4. Aportaciones al estudio de la apreciación de la belleza y la excelencia desde otras áreas de conocimiento .....	30
2.4.1. Psicología de la religión y la espiritualidad.....	31
2.4.2. Psicología de la estética.....	34
2.4.3. Neurociencia.....	40
2.4.4. Teorías evolucionistas .....	45
2.4.5. Psicología ambiental.....	48
2.4.6. Valores.....	50
2.4.7. Psicología de la personalidad .....	52
2.4.8. Psicología de la emoción .....	56
2.5. Medidas existentes sobre la apreciación de la belleza y la excelencia.....	62
2.6. Intervenciones de apreciación de la belleza y la excelencia .....	65
2.7. Conclusión, preguntas de investigación y planteamiento de objetivos.....	65
Capítulo 3. Construcción y análisis de las propiedades psicométricas de la Escala de apreciación de la belleza y la excelencia (EABE).....	69
3.1. Introducción .....	69
3.2. Hipótesis.....	70
3.2.1. Comprobación de la estructura multidimensional .....	70
3.2.2. Análisis de la red nomológica .....	70

3.2.3. Evidencia de validez incremental .....	75
3.2.4. Fiabilidad .....	76
3.3. Descripción general de los estudios .....	77
3.3.1. Estudio 1: Exploración de los aspectos psicológicos de la apreciación de la belleza y la excelencia .....	77
3.3.1.1. Introducción .....	77
3.3.1.2. Método .....	78
3.3.1.3. Resultados .....	79
3.3.1.4. Conclusión .....	86
3.3.2. Estudio 2: Desarrollo de la batería de ítems de apreciación de la belleza y la excelencia y exploración de los factores subyacentes .....	89
3.3.2.1. Introducción .....	89
3.3.2.2. Método .....	90
3.3.2.3. Resultados .....	92
3.3.2.4. Conclusión .....	93
3.3.3. Estudio 3: Confirmación de la estructura factorial y evaluación de las propiedades psicométricas de la escala .....	94
3.3.3.1. Introducción .....	94
3.3.3.2. Método .....	95
3.3.3.3. Resultados .....	101
3.4. Conclusión.....	117
Capítulo 4. Diseño y evaluación de un entrenamiento piloto en apreciación de la belleza .....	125
4.1. Introducción .....	125
4.2. Hipótesis.....	126
4.3. Método .....	127
4.3.1. Participantes.....	127
4.3.1.1. Muestreo y reclutamiento .....	127
4.3.1.2. Condiciones control .....	129
4.3.1.3. Descripción de la muestra.....	130
4.3.2. Procedimiento .....	132
4.3.2.1. Formato online .....	132
4.3.2.2. Estructura general .....	133

4.3.2.3. Procedimiento específico de la condición de apreciación de la belleza .....	134
4.3.3. Medidas .....	143
4.3.3.1. Medidas relacionadas con el objetivo principal.....	143
4.3.3.2. Medidas relacionadas con los objetivos específicos .....	143
4.3.3.3. Medidas relacionadas con los resultados generales .....	144
4.3.3.4. Información complementaria sobre la intervención .....	145
4.4. Resultados .....	146
4.4.1. Exploración de los datos y análisis preliminares .....	146
4.4.2. Evaluación de los efectos de la intervención.....	146
4.4.2.1. Objetivo principal .....	147
4.4.2.2. Objetivos específicos .....	151
4.4.2.3. Resultados generales .....	157
4.4.3. Información relativa a los ejercicios de la intervención .....	163
4.4.3.1. Semana 1 .....	163
4.4.3.2. Semana 2 .....	165
4.4.3.3. Semana 3 .....	167
4.5. Conclusión.....	169
Capítulo 5. Conclusiones .....	179
Referencias.....	189
Apéndice 1 .....	203
Lista inicial de ítems .....	203
Escala de Apreciación de la Belleza y la Excelencia (EABE).....	206
Tablas .....	207
Apéndice 2 .....	221
Cartel anuncio investigación .....	221
Información del estudio.....	222
Transcripción vídeos intervención en apreciación de la belleza .....	223
Comprobación de los supuestos para el ANCOVA .....	233
Comentarios participantes y reflexión global sobre los efectos de la intervención .....	238
English Summary: Appreciation of beauty and excellence. Development of a measurement instrument and evaluation of an intervention.....	249

1. Introduction and objectives .....	251
2. Development of the Appreciation of Beauty and Excellence Scale (EABE) and analysis of its psychometric properties.....	261
2.1. Introduction .....	261
2.2. Description of studies .....	261
2.2.1. Study 1: Exploration of the psychological aspects of appreciation of beauty and excellence.....	261
2.2.2. Study 2: Development of the item pool and exploration of the underlying factors.....	266
2.2.3. Study 3: Confirmation of the factor structure and analysis of the psychometric properties.....	270
3. Appreciation of beauty training: design and evaluation of a pilot intervention.....	297
3. 1. Introduction .....	297
3. 2. Method.....	298
3.2.1. Participants.....	298
3.2.2. Procedure .....	302
3.2.3. Measures .....	312
3.2.4. Supplementary information about the intervention .....	314
3.3. Results .....	315
3.3.1. Data screening and preliminary analyses.....	315
3.3.2. Assessment of the intervention's effects.....	315
3.3.3. Information regarding the exercises.....	327
3.4. Conclusion .....	328
4. Main conclusions.....	333





## Capítulo 1. Introducción

“En estos tiempos de miserias omnipresentes, de violencias ciegas, de catástrofes naturales o ecológicas, hablar de la belleza puede resultar incongruente, inconveniente e incluso provocador... Pero tenemos el deber de examinar los dos misterios que constituyen los extremos del universo vivo: por un lado el mal; por otro la belleza.”

F. Chen

¿Qué es la belleza? ¿Y qué entendemos por excelencia? Lo que se considera bello o excelente ha variado a lo largo de la Historia y a través de las distintas culturas. Aunque pueda haber pautas comunes, depende de la época y de la cultura, e incluso distintos modelos de belleza coexisten en una misma época y algunos se remiten unos a otros a través de épocas distintas. La belleza nunca ha sido algo inmutable, y con ello nos referimos a la belleza física (como la de las personas y el paisaje) y a la belleza de conceptos más abstractos (como Dios, los santos o las ideas). Umberto Eco (2004), en su *Historia de la belleza*, dice que utilizamos el adjetivo "bello" y expresiones similares como "gracioso", "bonito", "sublime", "maravilloso", cuando hablamos de una cosa que nos gusta. Asimismo, dice que hablamos de “acciones bellas” para referirnos a actos virtuosos que admiramos. Para Eco, el sentimiento de lo bello difiere del deseo de posesión, de los celos o la envidia. Sólo se podrá contemplar la belleza cuando se haya aplacado el deseo. Por tanto, hablamos de belleza cuando disfrutamos de algo por lo que es en sí mismo, independientemente del hecho de que lo poseamos. Por su parte, la excelencia puede referirse a las virtudes y calidad moral de las personas, así como a los talentos o habilidades de éstas que van más allá de lo considerado normal. Una persona valiente sería un ejemplo de excelencia moral, mientras que un individuo con un gran talento artístico o deportivo lo sería de excelencia no moral. Como veremos, sin ser exactamente lo mismo, estos tres conceptos (belleza, excelencia moral y excelencia no moral) aparecen fuertemente relacionados con frecuencia. Por ejemplo, en muchas ocasiones, al ver un gesto de extremada generosidad pensaremos que es un gesto hermoso, y tampoco es extraño exclamar “¡Qué bonito!” cuando un deportista realiza una acción perfecta.

Si atendemos a las definiciones de belleza y excelencia, veremos que la Real Academia Española describe la belleza como la “Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas”. Por su parte, la excelencia se define como “Superior calidad o bondad que hace digno de singular aprecio y estimación algo”. Si buscamos lo que significa virtud, que estaría relacionada con la excelencia moral, aparecen varias definiciones, siendo la que más se ajusta al



contexto de este trabajo la de “virtud moral” como “Hábito de obrar bien, independientemente de los preceptos de la ley, por la bondad de la operación y conformidad con la razón natural”. Al buscar “talento”, que estaría relacionado con la excelencia no moral, encontramos que, de entre sus distintos significados, el más adecuado para el trabajo que hemos realizado es el de talento como aptitud, y se define como “capacidad para el desempeño o ejercicio de una ocupación”. Asimismo, “aptitud” se define como “Capacidad y disposición para el buen desempeño o ejercicio de un negocio, de una industria, de un arte, etc.”. Si buscamos “habilidad”, que también estaría relacionada con la excelencia no moral, encontramos dos definiciones que se ajustan al concepto de excelencia utilizado aquí. La primera dice de la habilidad que es la “Capacidad y disposición para algo” y la segunda “Cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y destreza”. La excelencia se puede entender también en algunos ámbitos, como la educación, como un objetivo para el criterio de rendimiento. Por tanto, aunque belleza, virtud y talento/habilidad son conceptos distintos, éstos comparten su relación con el bien, no sólo en el sentido moral, sino en el sentido de rectitud o perfección. Y la apreciación de la belleza y la excelencia (ABE) sería la capacidad para detectar esta bondad o perfección en los mundos físico y social (Haidt & Keltner, 2004). ¿Se podría apreciar un crimen perfecto? Desde luego parece claro que el mal puede ejercerse con más o menos habilidad y que ciertas acciones dirigidas al mismo podrían generar fascinación en algunos individuos. No obstante, este tipo de “apreciación” no tiene que ver con la apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza, es decir, un rasgo moral, ya que lo moral implica el bien y el respeto en general, y las acciones humanas en orden a su bondad. Por tanto, como fortaleza del carácter, la apreciación de la belleza y la excelencia implica percibir, valorar y disfrutar de la belleza y la excelencia dirigidas al bien (moral o no), excluyendo aquellas acciones que conducen al mal. Sin negar la existencia de la fascinación producida por el mal, ésta no forma parte, desde luego, de ninguna fortaleza.

Si bien estas definiciones que acabamos de presentar nos ayudan un poco a entender qué son la belleza y la excelencia, es obvio que ninguno de los conceptos es fácil de definir. De hecho, se dice, de la belleza al menos, que es inefable. La belleza y la excelencia son algo maravilloso que se escapa a la comprensión racional y que pertenece más al ámbito de la intuición, y es precisamente por eso por lo que el tema de la belleza ha generado tanto debate a lo largo de la Historia, debate que no está zanjado, y que posiblemente nunca lo llegue a estar. Las reflexiones sobre estética incluyen principalmente la belleza, pero también los dos tipos de excelencia, es decir, las virtudes y las habilidades extraordinarias de las personas, como si éstas formaran parte de un concepto de belleza más amplio, que va más allá de la belleza estrictamente física, como la que, por ejemplo, podemos percibir en el arte o en la naturaleza.

Tras leer varias revisiones sobre estética y varias obras filosóficas sobre el tema, nos ha parecido que lo más oportuno en el presente trabajo no era ofrecer una evolución del concepto de belleza a lo largo de la Historia<sup>1</sup>, sino presentar una serie de ideas extraídas de la revisión de diversas teorías filosóficas que pudieran ser de utilidad para el propósito de esta tesis. A

---

<sup>1</sup> Los interesados pueden consultar, por ejemplo, la *Historia de la belleza*, de Umberto Eco, o la *Historia de la Estética*, de Raymond Bayer.

continuación se presentan estas ideas, cada una de las cuales vendrá acompañada de algunos ejemplos.

1. No existe una única definición de lo bello, pero la experiencia de lo bello sí es descrita de manera semejante por distintos pensadores a lo largo de la Historia.

A pesar de que pueda parecer que existe un cierto consenso sobre algunas de las características de los objetos bellos (p.ej., la simetría), el concepto de belleza nunca ha sido algo estable, de manera que éste depende en parte del momento histórico y de la cultura. Por otro lado, distintos modelos de belleza coexisten en una misma época y algunos se remiten unos a otros a través de épocas distintas.

Dentro de las diversas concepciones de la experiencia de lo bello, unas enfatizan más su aspecto subjetivo (la belleza está en la persona que la percibe) mientras que otras hacen más hincapié en lo objetivo (la belleza pertenece al objeto percibido debido a sus características formales y objetivas). Asimismo, ciertas posturas defienden que la belleza se capta exclusivamente por los sentidos (la belleza es producto de la sensibilidad inmediata), mientras que otras considerarían que es fruto de la razón (la belleza es producto del pensamiento puro). De esta manera, según distintas concepciones, la belleza pertenece al ámbito de lo físico, de lo perceptible por los sentidos, pero también al de lo intelectual, o incluso al ámbito de lo moral, aspectos estos últimos no perceptibles directamente por los sentidos. Igualmente, los ámbitos en donde reside la belleza también han variado, de manera que en determinados períodos históricos se consideraba que la belleza únicamente se podía encontrar en la humanidad, mientras que en otros períodos, pertenecía exclusivamente al arte o a la naturaleza. En definitiva, la belleza nunca ha sido algo inmutable.

Sin embargo, a pesar de esta dificultad, por no decir imposibilidad, a la hora de definir la belleza, cuando nos centramos en las descripciones de la experiencia de lo bello, que es lo que realmente nos interesa en esta tesis, descubrimos que bajo estas descripciones subyacen unas ideas que se repiten una y otra vez en distintos autores y en distintos momentos históricos, aunque se presenten bajo etiquetas o palabras diferentes. Además, tal y como veremos, estas descripciones de la experiencia de lo bello están muy relacionadas con la concepción de apreciación de la belleza y excelencia que se aborda en este trabajo, es decir, como una fortaleza perteneciente a la virtud de trascendencia.

El rasgo que comparten la mayoría de las descripciones de la experiencia de lo bello es la percepción de una armonía<sup>2</sup> y perfección<sup>3</sup> tales en aquello que se aprecia, que aquello que es percibido por los sentidos representa algo que ya no es directamente percibido por los sentidos y que es concebido como divino<sup>4</sup>. Asimismo, lo que se capta es una esencia, aquello que constituye

---

<sup>2</sup> Entendida como conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras (Definición de la Real Academia Española, RAE).

<sup>3</sup> Entendida como el mayor grado posible de bondad o excelencia (RAE).

<sup>4</sup> Qué se considera divino dependerá de diversos factores como, por ejemplo, el momento histórico, la cultura, la religión, la filosofía de vida o los propios valores. Lo divino puede ser un dios o algo muy excelente (según

la naturaleza de las cosas, lo permanente e invariable de ellas<sup>5</sup>. Y precisamente en esta percepción intuitiva de la esencia es donde se produce la auto-trascendencia, la percepción de fusión simbólica entre el yo y aquello que es bello o excelente. A partir de esta idea podemos deducir que en la ABE se da una interacción entre la persona y el objeto/situación apreciado, es decir, se necesita la presencia de algo externo que sea percibido por los sentidos, pero también es importante la interpretación que la persona hace de ese objeto.

Varias teorías estéticas comparten estas ideas. Por ejemplo, en la Antigüedad, Platón concebía la belleza como armonía y proporción de las partes y como esplendor. Su estética está formada de Ideas que no comprobamos directamente mediante los sentidos. Para Platón la belleza no está vinculada a un objeto sensible, sino que resplandece en todas partes (Eco, 2004). En el extremo de la dialéctica o razonamiento se da un salto y por una especie de intuición intelectual tenemos la visión de las Ideas. La estética de Platón es una estética jerárquica cuyo estrato final se caracteriza por la noción suprema de *kalokagathia* en la cual la belleza y el bien se identifican (Bayer, 1961).

Para Plotino, en la belleza es necesario un elemento sensible al que se le añade la simetría y la medida. Pero no es la racionalidad de la belleza la que la hace bella, sino que bajo la forma externa hay una forma interna y bajo ella está la Idea. La que produce la atracción no es la belleza sensible ni la racional, sino el bien que se transparenta. No es únicamente el contenido moral en sí, sino una emanación de Dios lo que constituye la profundidad y la intensidad del sentimiento estético. Según Plotino, el sentimiento estético es contemplación y toda estética verdadera supone una concepción mística del universo (Bayer, 1961).

Incluso en épocas más tardías, en donde el arte se independiza de la religión, persiste el concepto de lo divino. En el Renacimiento italiano, las estéticas de Alberti y Leonardo da Vinci comparten una divinización de la vida. Para Alberti lo bello es lo perfecto, lo armónico. También en la Inglaterra del siglo XVII persiste esta idea de que la belleza equivale a vida (p.ej., Berkeley). En Francia, según Poussin, en el arte colaboran dos elementos, el apetito y la razón. El apetito es el color, la luz, lo inmediato, lo espontáneo, lo que nos conmueve. La razón ofrece leyes sobre la medida, la forma, los patrones que no se deben rebasar. Pero aparte de estas leyes exteriores del orden aparente, existe un orden interior, gracias al cual las cosas permanecen vivas. Se trata de la esencia. Según él, debe revelarse el ser debajo de las apariencias y, para ello, lo válido es la intuición y no el entendimiento. En Alemania, Hegel sostiene que en el proceso estético lo sensible se espiritualiza. En EE.UU., Emerson considera que lo bello es un orden trascendente que el universo impone al espíritu. Este autor distingue tres clases de belleza, que en realidad son muy similares a las descritas por Platón y por los neoplatónicos como Plotino. En primer lugar estaría la belleza de la apariencia. En segundo lugar, la belleza moral, en la que interviene la voluntad humana. Está relacionada con la moralidad y se mantiene en armonía con la belleza natural. En tercer y último lugar, por encima de la belleza moral, estaría la belleza

---

definición de la RAE). Por lo tanto, percibir algo como divino no implica necesariamente la creencia en un dios, sino la percepción de algo que trasciende los límites de lo humano.

<sup>5</sup> Definición de esencia de la RAE.

trascendental o intelectual, que es una concepción pura del espíritu. Según Emerson, en ciertos momentos, el ser humano al encontrarse frente a frente con otro ser humano, ve de repente cómo de este ser brota “el gigante que somos”. O en palabras de Kant (1764/2008), al apreciar la excelencia la persona “se conmueve tiernamente y siente la dignidad de su propia naturaleza” (p. 38). Lo bello, al igual que lo excelente, nos hace trascender la superficie para conducirnos al fundamento mismo de las cosas, “es una manifestación de las leyes secretas de la naturaleza, que sin esta revelación permanecerían ocultas para siempre a nuestra mirada”, revela a los sentidos el espíritu universal. De esta manera, “un objeto aislado sólo es bello si sugiere la belleza universal” (Emerson, citado en Bayer, 1961).

También en pensadores contemporáneos podemos apreciar estas ideas. Por ejemplo, para Gadamer (1977) la función de lo bello consistiría en unir lo ideal y lo real. El sentimiento de lo bello es la evocación de un orden íntegro posible. Gadamer cita un pasaje del *Fedro* para explicar esta idea, en el que Platón describe el mito de la determinación del hombre, su limitación frente a los dioses y su caída a la pesadez terrenal de la existencia corporal y sensible. Dice Gadamer:

Para el alma desterrada de la bóveda del firmamento a la pesadez terrenal, que ha perdido sus alas, por así decirlo, y no puede volver a impulsarse hacia las alturas de lo verdadero, existe una experiencia por la cual le vuelve a crecer el plumaje y se eleva de nuevo. Es la experiencia del amor y de la belleza, del amor a la belleza. Platón concibe juntas estas vivencias del amor que despierta con la percepción espiritual de lo bello y del orden verdadero del mundo. Gracias a lo bello se consigue con el tiempo de nuevo el recuerdo del mundo verdadero. Él llama bello a lo que más brilla y más nos atrae a la visibilidad del ideal. Eso que brilla de tal manera, que lleva en sí tal luz de verdad y rectitud, es lo que percibimos como bello en la naturaleza y en el arte, y lo que nos fuerza a afirmar que “eso es lo verdadero”. [...] La esencia de lo bello no estriba en su contraposición a la realidad, sino que la belleza, por muy inesperadamente que pueda salirnos al encuentro, es una suerte de garantía de que, en medio de todo el caos de lo real, de sus maldades, [...] parcialidades, la verdad no está en una lejanía inalcanzable, sino que nos sale al encuentro. La función de lo bello consiste en cerrar el abismo entre lo ideal y lo real (p. 50).

Cheng (2006), pensador contemporáneo influido por la estética china, define la belleza como el esplendor de la presencia de los seres. Cada ser es único y esta unicidad transforma cada ser en presencia, la cual tiende constantemente a la plenitud de su esplendor hasta resonar con el espíritu universal. Por último, según Ferrucci (2008), aunque son muchas las situaciones en las que se puede dar la experiencia estética, un tema es recurrente: la experiencia de la belleza es una afirmación de la vida.

2. La belleza y la excelencia aparecen con frecuencia como conceptos relacionados o idénticos.

Una de las ideas que surgen tras revisar las diversas teorías estéticas es que la belleza, la excelencia moral y la excelencia no moral aparecen relacionadas frecuentemente e incluso identificadas como la misma cosa a lo largo de la Historia. Por ejemplo, para Homero, la belleza está asociada a la fuerza y a la bondad, y un hombre hermoso es por lo general fuerte, valeroso e intrépido. Para los poetas líricos heroicos, el ideal humano lo encarnan los atletas y son bellos los Olímpicos y los rendimientos deportivos. El bien se exterioriza en la belleza, de manera que los valientes y los buenos son a la vez hermosos. El poeta celebra la belleza de la gloria, del triunfo. El concepto del bien unido al de belleza se extiende a todo el ámbito de los actos humanos, desde el atletismo, al discurso y a las cualidades espirituales.

Más adelante, aparece Sócrates y la *kalokagathia*, concepto semimoral y semiestético que, como comentamos anteriormente, consiste en la fusión del bien y la belleza (Bayer, 1961). Esta idea se repite en Platón, quien distingue tres tipos de belleza jerarquizados. En primer lugar, la belleza de los cuerpos, que estaría en el ámbito de lo sensible. En segundo lugar, la belleza de las almas, que es la virtud, y se refleja en diversos ámbitos, desde las acciones de los hombres a las ciencias. En tercer y último lugar, encontraríamos la belleza en sí, que es eterna, imperecedera, absoluta, de la cual participan todas las demás bellezas, ligada a la Idea de lo verdadero y el bien, de los cuales es su esplendor. No se trata sólo del bien moral, sino también del bien en sí, en el sentido de lo perfecto.

Posteriormente, Aristóteles también relaciona la belleza y la excelencia. Para él, lo bello es una síntesis de algo moral (desinterés) y algo estético (grandeza). Sin embargo, según Aristóteles hay algunas diferencias entre el bien y la belleza. El bien puede llegar a ser estético, pero incluso en el caso en que el bien y lo bello tuvieran un contenido idéntico, lo bello se contempla y el bien se hace.

Para los estoicos, el ser humano siente la necesidad de realizar actos perfectos y descubre en todos los que convienen a su propia naturaleza un orden maravilloso, llegando a amar este orden más que los actos convenientes. El objetivo no es ya cumplir las acciones convenientes, sino cumplirlas de tal manera que se logre un orden. Y este orden no es nada menos que la belleza. Así la moral estoica es estética, el bien equivale a lo bello. Asimismo, los estoicos equiparan la virtud con la habilidad, pues ambas son actividades perfectas.

Estas asociaciones se repetirán a lo largo de la Historia. Por ejemplo, a partir del siglo XVII, para el Padre André lo bello no es aquello que gusta al primer vistazo, sino aquello que puede gustar a la razón por su propia excelencia. Para Jean-Jacques Rousseau, lo bueno no es más que lo bello en acción. Para Leibniz el amor, la belleza, el orden y la perfección están estrechamente unidos. El impulso producido por la belleza es un afán dirigido al bien, engendra la virtud. Un último ejemplo sería Víctor Cousin quien concibe la belleza física como signo de una belleza interior, que es la belleza intelectual y moral (Bayer, 1961).

### 3. En la ABE se experimenta una auto-trascendencia y una transfiguración.

La mayoría de las teorías estéticas coinciden en que al apreciar la belleza y la excelencia la persona experimenta una trascendencia de su propio yo. Por un lado se produce una especie de fusión simbólica del yo con el objeto apreciado, una identificación con el objeto, y una metamorfosis. Por una especie de empatía, ciertas características del objeto percibido se transmiten a la psique del que observa. Esta experiencia de auto-trascendencia se caracteriza por un estado de conciencia distinto, en donde el tiempo parece que se para y uno se siente como transportado a otro mundo. Por ejemplo, según Plotino, al apreciar la belleza, el ojo que ve se identifica con lo que ve, el contemplador de lo divino se identifica con lo divino y se hace divino en cierto modo. El alma se hace bella cuando descubre lo bello a través de una especie de identificación que se vive como un éxtasis. Ya no hay, pues, un ser exterior respecto de otro, ni un ser que ve y un objeto que es visto.

Autores más tardíos sostienen ideas similares. Por ejemplo, Victor Basch concibe la actitud estética como una ancestral simpatía (en el sentido de empatía) del ser humano a todo el universo, de manera que nos es dado sentir, simbólicamente, como el objeto mismo: “Como si fuesen ramas, siento en mis brazos la savia del encino, y el encino, repentinamente, se convierte en hermoso para mí” (citado en Bayer, 1961). Se trata de una actitud psicológica de simbolización, de un acto de asociación, de una simbiosis afectiva entre el yo y el universo. Igualmente, Theodor Lipps sostiene la idea de que la experiencia estética es, en cierto modo, una fusión del hombre con el universo, una identificación del yo con el no-yo. Lo bello es para Lipps una simpatía (empatía) simbólica (Bayer, 1961).

En la auto-trascendencia que se experimenta al apreciar la belleza y la excelencia, la persona se transforma y de alguna manera participa de aquello que aprecia. La belleza llama a la belleza, el espíritu se eleva y la persona desea contribuir al bien común. Por ejemplo, Marsilio Ficino escribe acerca del efecto de la belleza suprasensible, que identifica con el sumo bien: “El resplandor del sumo bien brilla en cada cosa y allí donde brilla más perfectamente, allí estimula sobre todo al que ve aquella cosa, aviva a quien la contempla, arrastra e interesa a todo al que se acerca, obligándole a venerar un esplendor de tal clase más que cualquier otro, como se venera a una divinidad y, finalmente, a no tender a nada si no es a que, depuesta su anterior naturaleza, él mismo se transforma en esplendor” (citado en Eco, 2004). También Sulzer expone su teoría sobre cómo la belleza y la excelencia transforman al que las percibe e influyen en su comportamiento: “A través de un goce frecuentemente repetido del placer del bien y de lo bello nace el deseo de realizar este bien y esta belleza” (citado en Bayer, 1961). Gogol también cree en el poder de lo bello para transformar a los hombres. Según él, el acontecimiento estético es una purificación del alma que expulsa todo lo mezquino y lo inútil para centrarla de forma exclusiva en la belleza. Para Dostoyevski, la santidad es la luz de la belleza primitiva, la belleza del orden hallado en el mundo interior. La renovación consiste pues en el restablecimiento de la belleza primitiva del alma (Bayer, 1961). Quizá su célebre frase “La belleza salvará al mundo” podría aludir a ese poder transformador de la belleza en cuanto al apreciar la armonía de la belleza las

personas se transfiguran, absorben esa armonía, y esa armonía interior determina su comportamiento.

A propósito de la percepción del tiempo característica de la experiencia de auto-trascendencia, según Gadamer (1977), la experiencia estética es un “tiempo de celebración” que nos despoja del tiempo tal y como lo solemos concebir, y nos sugiere lo eterno. Gadamer describe dos tipos de experiencias del tiempo. Una, la del “tiempo para algo”, la experiencia práctica, normal, el tiempo de que se dispone, que se divide, que se tiene o no se tiene, o que se cree no tener. Es un tiempo vacío, algo que hay que tener para llenarlo con algo. El caso extremo de esta vaciedad de tiempo es el aburrimiento, en donde el tiempo se experimenta como una presencia atormentadora. Y frente a la vaciedad del aburrimiento está la vaciedad del ajetreo, el no tener nunca tiempo porque siempre hay algo previsto que hacer. Los casos extremos del aburrimiento y del trajín enfocan el tiempo del mismo modo: como algo “empleado”, “llenado” con nada o con alguna cosa. El tiempo se experimenta como algo que se tiene que “pasar” o que ha pasado. Sin embargo, existe otra experiencia del tiempo del todo diferente, y que parece ser profundamente afín tanto a la fiesta como al arte. Frente al tiempo vacío, que debe ser “llenado”, Gadamer lo llama tiempo lleno, o también, tiempo propio. La fiesta y el arte ofrecen este tiempo, lo detienen, nos invita a demorarnos. Así, la esencia de la experiencia temporal del arte consiste en aprender a demorarse. Es muy posible que esta experiencia del tiempo pueda extenderse a la apreciación de otras formas de belleza, no sólo la del arte, y también de la excelencia. Ferrucci (2008) alude también a esta modificación de la conciencia propia de la experiencia de auto-trascendencia. Según él, cuando apreciamos la belleza, uno se siente como transportado a otro mundo, a un nivel que pertenece a todo el mundo, a todas las épocas y culturas, como si lo superfluo se desprendiera de uno, y uno se sintiera purificado, transportado a lo esencial, en otro estado de conciencia. Según él, en la auto-trascendencia que se experimenta al apreciar la belleza sentimos una extraña felicidad: “No es la felicidad que procede de ver nuestros propios deseos satisfechos, sino de sentirnos durante algún tiempo libres de los deseos y de las inquietudes que éstos nos provocan” (p. 279).

#### 4. La belleza y la excelencia son desinteresadas.

Todos los estéticos coinciden al señalar que la belleza (y por extensión se podría aplicar también a la excelencia) es desinteresada. Como mencionamos previamente, para Eco (2004), el sentimiento de lo bello es distinto del deseo de posesión, de los celos o la envidia, y sólo se podrá apreciar la belleza cuando se haya aliviado el deseo. Por lo tanto, utilizar la belleza y la excelencia de los demás como medios para conseguir algo más no sería apreciar la belleza y la excelencia. Por ejemplo, para Kant, todo lo bello produce un placer, pero un placer desinteresado, inútil. En este sentido el placer estético se diferencia de los demás. Kant quiere decir que no se tiene ningún interés práctico en lo que se manifiesta o en lo representado. Para él, la belleza es una manifestación simbólica de la libertad, que se manifiesta por la moral, por la vida. El sentimiento estético se aproxima al sentimiento moral porque ambos son desinteresados. Basch reflexiona sobre la naturaleza desinteresada que se le presupone a lo bello y matiza esta

concepción. Según él, todo sentimiento agradable implica interés. Para él, el sentimiento de lo bello es a la vez interesado y desinteresado. Por un lado, es interesado en el sentido de que al gozar de la belleza, el goce es nuestro. Pero por otro lado, es desinteresado porque no podemos aislar el goce del sentimiento más complejo del que es parte, y el hecho de experimentar goce no implica que “utilicemos” la belleza o la excelencia como medios para alcanzar un objetivo utilitario. Por tanto, el sentimiento agradable que acompaña a la ABE es inherente a la experiencia, y eso no quita que la belleza y la excelencia sean consideradas una finalidad en sí mismas.

##### 5. La ABE es una forma de conocimiento y una fuente de alivio.

Al apreciar la belleza y la excelencia, parece que se adquiere un conocimiento intuitivo, más profundo, sobre el mundo que nos rodea y que parece tener un efecto sedante. Esta idea también aparece de forma repetida en distintos pensadores. Por ejemplo, para Dostoyevski, lo bello no es apariencia sino la más profunda realidad. Como hemos comentado previamente, al apreciar la belleza y la excelencia se experimenta una percepción de la esencia de las cosas. Según diversos escritos filosóficos, esta manera de conocimiento de la realidad funciona también como una terapéutica, pues se experimenta un cierto alivio. Por un lado, el conocimiento sobre la esencia de lo que percibimos, que además llevaría a un sentimiento de identificación en lo esencial y a una unión con otros seres y con la totalidad, produciría una cierta liberación. Además, este alivio podría producirse también por la intuición de que hay una armonía y un sentido en el mundo, lo que a su vez proporcionaría esperanza. Tal y como Dostoyevski lo expresó, “la belleza es la conciencia profética de la armonía” (citado en Bayer, 1961). Asimismo, ese orden y armonía se transmitirían a la propia psique del individuo, generando cierta paz interior. Por otro lado, también se produciría una desconexión temporal de los propios deseos y preocupaciones. Al apreciar la belleza y la excelencia la persona se quedaría completamente absorta en aquello que aprecia y por unos instantes perdería la noción del tiempo y de sí misma. Es más, tras la experiencia de la ABE, en donde uno centra toda su atención en algo externo a él, adquiere un conocimiento de la esencia de la realidad y experimenta esta conexión con algo mayor que uno mismo, es posible que se adquiriera una perspectiva de la realidad más amplia, lo que llevaría a relativizar las propias preocupaciones y a evaluarlas como menos amenazantes.

Schopenhauer ilustra perfectamente esta idea. Según él, la experiencia interior revela nuestra voluntad, es decir, nuestras tendencias, aspiraciones y necesidades. El conocimiento puede ser el principio de una conversión (de una liberación), como por ejemplo en el caso del conocimiento contemplativo. A través de la intuición de las esencias, el conocimiento permite descender al fondo común de todos los seres: “Tú eres eso”. Se reconoce una identidad con los otros y con la totalidad. Según Schopenhauer, hay dos modos de liberación, dos raíces del sentimiento panteísta: la piedad y el arte. El arte (por extensión, esta idea se podría aplicar a la belleza y a la excelencia en general) consiste en adormecer a la voluntad mediante un encanto y en restituir al conocimiento su intuición de las esencias y su virtud contemplativa. La contemplación estética es una catarsis muy particular semejante a un estado de tregua en que el



sufrimiento se halla adormecido. Es una contemplación desinteresada en donde se anula la voluntad y se sana de una voluntad absurda. El arte se convierte así en una terapéutica y en una gnosis<sup>6</sup>, pues revela la inteligibilidad del mundo, un conocimiento de las esencias por el sentimiento panteísta (“Tú eres eso”) (Bayer, 1961).

También Nietzsche reparará en esta idea. Él piensa que lo bello es aquello que aumenta la vida, que la hace más intensa. El artista nos hace mirar las cosas sin deseo, y nos vemos así hechizados y salvados por la ilusión hasta el punto de amar la vida. La vida nos parece buena. Para él éste es el efecto de la belleza. Lo bello es un sueño que surge de nuestra voluntad cuando está adormecida, y lo sublime es el éxtasis en el que desaparece nuestra voluntad egoísta y en donde se goza del placer de la liberación (Bayer, 1961). Quizá por eso es más difícil apreciar la belleza y la excelencia cuando estamos estresados, porque nuestra mente está centrada en tratar de resolver problemas. También por eso cuando hemos solucionado un problema todo nos parece hermoso. Posiblemente esta relación vaya en las dos direcciones: cuando no tenemos problemas, es más fácil percibir la belleza. Y a la vez, cuando percibimos la belleza, nuestros problemas parecen menos importantes o se viven de otra manera menos abrumadora.

Ferrucci (2008) comparte, asimismo, esta idea: “La belleza constituye un poderoso tónico: nos infunde esperanza y refuerza nuestro vínculo con el mundo. La belleza nos hace amar la vida” (p.23). Con respecto a la esperanza, Ferrucci continúa: “La belleza puede hacernos entrever una alternativa, incluso en la situación más trágica [...] Nos hará sentirnos capaces, por lo menos durante un momento, de superar las adversidades y amar de nuevo la vida” (p.33). Además, la belleza contribuiría a darle un sentido a la vida: “nos puede convencer de que la vida merece la pena ser vivida, y que la felicidad es posible” (p. 35).

6. La ABE se produce de manera intuitiva, no es algo que se produce tras una deliberación exclusivamente lógica o racional.

Como ya hemos visto, según Platón por ejemplo, por una especie de intuición intelectual tenemos la visión de las Ideas. Es la intuición la que permite que la belleza se manifieste en la apariencia. La Idea exige este elemento irracional, intuitivo, visionario, para ser percibida. Sulzer dice que existe en el hombre un sentido interno por el que gozamos de la belleza, el gusto, que es la facultad de reconocer intuitivamente y de manera inmediata lo bello (Bayer, 1961).

Eco (2004) cita a Walter Pater, quien elabora una estética de la visión epifánica. Según dicho autor, hay momentos en los que las cosas se nos muestran bajo una luz nueva, aparecen con una intensidad que antes nos resultaba desconocida, y se presentan cargadas de significado, de modo que comprendemos que sólo en ese momento hemos tenido la experiencia completa de ellas, y que la vida merece ser vivida tan sólo para acumular tales experiencias. Esta epifanía es un éxtasis, pero es un éxtasis sin Dios.

En otros autores como James Joyce, también mediante una epifanía una figura aparentemente normal puede parecerle al poeta el mismo “espíritu visible de la belleza” (Bayer, 1961). En otros escritores, Marcel Proust por ejemplo, la revelación se producirá a través del

---

<sup>6</sup> Conocimiento absoluto e intuitivo, especialmente de la divinidad (RAE).

juego de la memoria: a una imagen se le superpone el recuerdo de otra imagen o sensación experimentada en otro momento y de esta manera salta la revelación de una proximidad entre los acontecimientos de nuestra vida. Este tipo de experiencias privilegiadas dan sentido a la vida como persecución de la belleza, y estos momentos sólo se consiguen si somos capaces de penetrar en el corazón de las cosas que nos rodean (Bayer, 1961). Como último ejemplo, Benedetto Croce dice que en el espíritu humano se dan dos tipos de conocimiento: el conocimiento intuitivo, que produce imágenes, y el conocimiento lógico, que produce conceptos. El conocimiento artístico es intuitivo. Según él, la intuición no debe confundirse con la sensación ni con la percepción, es una expresión espiritual (Bayer, 1961).

#### 7. Lo bello y lo sublime son conceptos distintos aunque a veces se solapan.

Varios pensadores consideran lo bello y lo sublime aspectos distintos de la experiencia estética, aunque en ocasiones ambos puedan solaparse. Esta diferenciación podría ser relevante a la hora de estudiar la ABE porque aunque lo bello, lo excelente y lo sublime se solapan con frecuencia, la experiencia de los mismos puede presentar distintos matices.

Según Eco (2004), Longino (siglo I) fue el primero en hablar de lo sublime, concepto que no se retomará hasta el S.XVIII. Longino reflexiona sobre el poder de la buena escritura y la oratoria para sobrecoger a las personas. Considera lo sublime como una expresión de grandes y nobles pasiones que implica una participación sentimental tanto del sujeto creador como del sujeto que goza de la obra de arte. Para Longino lo sublime es un efecto del arte, no de la naturaleza, y su objetivo es procurar placer. Al hablar de los efectos de lo sublime, Longino dice: "casi por naturaleza nuestra alma se eleva ante lo que es verdaderamente sublime y, presa de una orgullosa exaltación, se llena de una alegría soberbia, como si ella misma hubiese producido lo que ha escuchado" (citado por Eco, 2004).

En el siglo XVIII surge de nuevo la idea de lo sublime, aunque asociada ante todo a la naturaleza y no al arte como había sugerido Longino (Bayer, 1961). En lo sublime tiene lugar lo informe, lo doloroso y lo terrible. En esta época, el universo del placer estético se divide en dos regiones, la de lo bello y la de lo sublime, aunque estas regiones no están completamente separadas porque la experiencia de lo sublime tiene muchas de las características atribuidas a la experiencia de lo bello.

Mendelssohn es el primero en discernir las dos formas de lo sublime: lo sublime de la grandeza extensa y lo sublime del poder, de la fuerza. El poder, el genio y la virtud pertenecen al ámbito de lo sublime y su inconmensurabilidad suscita una sensación de terror que tiene la ventaja de no ir acompañada de repugnancia. En la experiencia de lo sublime hay dos elementos: primero, un sentimiento de terror que surge al percibir una grandeza o un poder que rebasa el nuestro, pero sin que haya una tensión excesiva. Y a continuación, un sentimiento de poder que se produce cuando se está delante del genio o frente a la virtud. Lo sublime es "la fuerza en la perfección" y provoca en nosotros admiración. En oposición a lo sublime, la belleza que carece de fuerza se llama gracia (Bayer, 1961).

También Kant distingue dos tipos de lo sublime: lo sublime matemático, de la

magnificencia, y lo sublime dinámico, de la fuerza. Lo sublime despierta el miedo, pero el ser humano no es dominado por este miedo, sino que ofrece resistencia, aunque sabe que será completamente en vano. En esta conciencia de la vanidad del esfuerzo se encuentra lo sublime. Es un instinto de conservación de la humanidad que despierta en el ser humano la fuerza moral capaz de enfrentarse a un poder ante el cual no tiene por qué doblegarse. El resultado es un sentimiento de placer precedido de desagrado (Bayer, 1961).

Según Kant (1764/2008), lo sublime se diferencia de lo bello en varios aspectos. Por un lado, la esencia de lo bello se encuentra en la forma del objeto, mientras que el carácter de lo sublime es lo informe en tanto que infinito, rebasa la facultad humana de comprender. Lo bello es un placer puro, lo sublime es un placer mezclado que se desarrolla en dos tiempos: primero una constricción y luego un desarrollo de las potencias vitales. Por otro lado, la finalidad formal del objeto bello se encuentra en el objeto mismo. Lo sublime sólo se encuentra en el acto de aprehensión, no hay objetos sublimes. Otra de las diferencias que destaca Kant entre lo bello y lo sublime es que lo sublime conmueve y lo bello encanta. Para ilustrar la diferencia entre ambas emociones, Kant (1764/2008) describe la expresión facial del sentimiento de lo sublime como seria, rígida y asombrada. Por el contrario, la “sensación de lo bello se declara en la mirada por su esplendorosa serenidad, por rasgos de la sonrisa y muchas veces por un claro regocijo” (p.32). Asimismo, describe los distintos tipos de emociones que acompañan al sentimiento de lo sublime, de manera que éste puede en ocasiones venir acompañado de cierto horror o también de melancolía, y en otras ocasiones únicamente de una admiración sosegada. Las propiedades de lo sublime infunden respeto y seriedad mientras las bellas, amor. Otra diferencia entre lo bello y lo sublime es que lo sublime ha de ser siempre grande mientras que lo bello puede ser también pequeño. Lo sublime ha de ser sencillo y lo bello puede ser algo limpio y adornado.

Otra reflexión interesante de Kant tiene que ver con la diferenciación que hace de las virtudes, que podría tener implicaciones para la apreciación de la excelencia moral. Así, las acciones motivadas por sentimientos de amabilidad y compasión serían bellas, mientras que las motivadas por principios serían sublimes. Con respecto a los contrarios, lo opuesto de lo bello sería lo repugnante, mientras que lo contrario de lo sublime sería lo ridículo.

Según Burke, mientras la belleza es una cualidad objetiva de los cuerpos, que actúa sobre la mente a través de los sentidos, lo sublime implica amplitud de dimensiones, tosquedad y tenebrosidad. Asimismo, mientras la belleza hace que los objetos sean amados, lo sublime genera, en su más alto grado, estupor y, en grados inferiores, temor, reverencia y respeto (Eco, 2004). Lo sublime nace cuando se desencadena el terror, evoca la idea de potencia y de un tipo de privación de la que son ejemplos el vacío, la soledad y el silencio. Por otro lado, Burke considera la variedad, la pequeñez, la lisura, la variación gradual, la delicadeza, la pureza, la claridad del color, la gracia y la elegancia como rasgos de lo bello. Burke afirma que el terror puede ser agradable cuando no es perjudicial, cuando no puede hacernos daño. Este distanciamiento de lo que provoca miedo es una especie de desinterés, y es en este desinterés en donde se relacionan lo bello y lo sublime.

Por último, aunque no haga explícita la diferencia entre lo bello y lo sublime, Schiller hace una diferenciación entre dos tipos de belleza que se parece a las diferencias entre lo bello y lo sublime que hacen otros pensadores. Para Schiller lo bello no es una cosa única, sino que puede tener dos formas: la belleza suave, que relaja al hombre, y la belleza enérgica, que le pone tenso. El ideal se encuentra en la síntesis armoniosa de ambas bellezas (Bayer, 1961).

8. Es posible que existan diferencias individuales en la ABE.

En Inglaterra, en el S. XVIII, aparecen ya descripciones de lo que podría ser una persona alta en ABE. Si bien estas descripciones son ideales, es decir, más divinas que humanas, sugieren algunas de las posibles cualidades de las personas que aprecian la belleza y la excelencia.

Shaftesbury describe un tipo de persona, el virtuoso, un sujeto experimentado en todos los grados y órdenes de la belleza, que gracias al amor percibe “todos los misteriosos encantos de las formas particulares”, los cuales percibe intuitivamente. Su generosidad le lleva a buscar siempre el aspecto más elevado de cada especie. No se siente ya sólo atraído por la belleza de un rostro o un cuerpo, sino que se siente atraído por la vida misma, por el espíritu. No podría darse por satisfecho con una simple belleza, por lo que busca la manera de combinar diversas bellezas, y por esta coalición de bellezas forma una sociedad bella gobernada por una armonía general que afecta a comunidades, relaciones, amistades y tareas. Busca el bien de la especie humana y se encamina hacia la virtud, cuya visión le revela, por la atracción que ejerce sobre él, un encanto marcado por la belleza.

Descubre en el universo un orden y una perfección que son móvil de su amor. De aquí se eleva al orden y a la perfección de Dios, a quien descubre como el espíritu universal que preside el universo. El virtuoso se va ejerciendo en una penetración progresiva, una intuición cada vez más sutil, que requiere educación y práctica. La belleza real va más allá del regocijo producido por los sentidos. La fuerza que nos lleva es el amor y la admiración. El progreso consiste en elevarse hacia un escenario superior. La belleza está escondida, es profunda. No se encuentra solamente en el cuerpo, sino en las acciones, en la vida, en las obras.

Belleza, mérito y virtud son la misma cosa para el virtuoso. No se da un verdadero goce estético si no es del bien, ni un verdadero placer moral si no es de lo bello. La belleza de los sentimientos, de los caracteres, de los espíritus, de todo lo interno se muestra al perseguidor apasionado que sabe revelarla en la belleza sensible de los movimientos y de las formas, del comportamiento humano, de lo externo. El virtuoso es un perseguidor de la armonía y del orden. La belleza que nos propone Shaftesbury requiere siempre una determinada actitud, una cierta ética. El virtuoso extiende su gusto, su juicio intuitivo, tanto a la moral como a la belleza y a la política de las sociedades. Al virtuoso le gustan las proporciones, la unidad de los sistemas de las criaturas del mundo; es sensible a las armonías y a las discordancias, a la finalidad universal respetada o ausente, de manera que toda perturbación en el universo le hace sufrir.

Según Shaftesbury, este personaje movido por el encanto, el entusiasmo y la armonía es el modelo de hombre civilizado. También predomina en él el desinterés moral más generoso y refinado, y es el más sutil conocedor de las almas. Pero según Shaftesbury, si la persona no

dispone por naturaleza del sentido para esta armonía, se esforzaría en vano por adquirirlo. Por último, existirían opuestos al virtuoso como el individuo coleccionista, el entusiasta intratable e intransigente, el maniaco engreído, el ignorante presuntuoso y el fanático iluminado (Bayer, 1961).

También David Hume alude a la existencia de diferencias individuales en ABE. Según él, el sentimiento de lo bello depende en gran medida de la simpatía, entendida como la conversión de una idea en impresión por medio de la imaginación (Bayer, 1961). Dice Hume: "una causa evidente por la que muchos no experimentan el sentimiento correcto de la belleza es la falta de esa delicadeza de la imaginación que es necesaria para ser sensibles a las emociones más sutiles" (citado en Eco, 2004, p. 276).

Schopenhauer sugiere diferencias en la ABE a partir de las diferencias en la capacidad para la intuición. Piensa que la intuición es la forma misma del saber y que, en vez de explicar las cosas, el sabio intentará penetrarlas. De esta manera, Schopenhauer habla del hombre de genio, quien posee una actitud contemplativa y se detiene a contemplar la vida por sí misma. Establece, asimismo, un nexo entre hombre de genio e infancia. El genio y el niño se parecen por su ingenuidad, su extremada simplicidad, su sensibilidad, y en el exceso de facultades de conocimiento en comparación con las necesidades.

Como último ejemplo, Baudelaire habla de los artistas, a quienes considera una raza fácilmente irritable. Se presenta en ellos una desproporción de la realidad y ven, por ejemplo, injusticias no donde no las hay pero sí donde los ojos no poéticos no son capaces de verlas. Esta irritabilidad poética tiene su relación con una cierta clarividencia, que "no es sino un corolario de la viva percepción de lo verdadero, de la justicia, de la proporción, en una palabra, de lo bello" (citado en Bayer, 1961).

#### 9. Es posible que existan diferencias culturales en la ABE.

Winckelmann, cautivado por la excelencia del arte griego, hace una valoración interesante acerca de la influencia del entorno en la creación de la belleza (que posiblemente podría extenderse a la ABE). Para él, el clima, el cielo, el sol, la atmósfera, la lengua griega con su timbre musical y su abundancia de vocales, los espléndidos cuerpos de los griegos embellecidos por los juegos atléticos, y la influencia del teatro dramático contribuyeron a crear en los griegos la belleza y el arte (Bayer, 1961). Esta observación sugiere la posibilidad de que ciertos entornos y culturas influyeran en la ABE de las personas.

Kant también relaciona la capacidad para experimentar el sentimiento de lo bello y lo sublime con distintas nacionalidades europeas, de manera que para él, los italianos y los franceses se distinguirían por su sentimiento de lo bello, mientras que los alemanes, los ingleses y los españoles se distinguirían por tener una mayor tendencia hacia el sentimiento de lo sublime. El holandés, sin embargo, debido a que "sólo mira a lo útil, tiene poco sentimiento para lo que es bello o sublime en el sentido más delicado" (p. 101, Kant 1764/2008).

10. Si bien la mayoría de los pensadores reconocen que el sentimiento de lo bello es innato e universal, no queda claro en qué medida la educación influye en su desarrollo.

Por ejemplo, Shaftesbury piensa que a la hora de emitir un juicio estético o moral hay que hacer caso del sentido común y no fiarse de la opinión general y de la moda. La apreciación de la belleza es tan evidente que una especulación erudita la oscurecería. Así, define el buen gusto como la regla interior que todo ser humano lleva dentro de sí pero considera también que la educación debe afinarla y precisarla. Otros pensadores, como Hutcheson, por ejemplo, descartan completamente el papel de la educación. Para él, el sentido del bien y el sentido estético son el mismo sentido, que es natural e inmediato. Se trata de un sentido interior que es inalterable y no surge de la costumbre ni de la educación. La belleza nos toca a primera vista y ni el conocimiento más perfecto podría agregar algo a este placer. Ferrucci (2008) también piensa que para apreciar la belleza no hace falta estar preparados ni ser cultos, aunque a veces esto pueda ayudar. Opina que para que la experiencia estética sea intensa y verdadera hay que ser libre en la expresión del propio juicio y liberarse de los condicionamientos sociales. Quizá la educación más acertada no sería la que dicta unos cánones de belleza, sino la que ofrece oportunidades para desarrollar esta capacidad innata.

11. Ciertos factores parecen inhibir la ABE.

Por ejemplo, Henry Home of Kames opina que la moda, a través de la novedad, junto con la costumbre y los hábitos son las causas perturbadoras del gusto. El egoísmo podría ser otro factor que entorpecería la ABE. Según Kant (1764/2008) la persona egoísta “no tiene en modo alguno los órganos apropiados para percibir el rasgo noble de un poema o de una virtud heroica” (p. 60).

Según Ferrucci (2008), ignoramos la belleza por varias razones. En primer lugar, porque estamos demasiado distraídos, demasiado atareados y siempre con prisas. En segundo lugar, porque la belleza se considera, erróneamente, algo frívolo. En tercer lugar, muchos de nosotros pensamos que no nos merecemos la belleza, o se piensa que hay que ser culto para apreciarla. Según Ferrucci, a pesar de que es posible que el conocimiento pueda ayudar a comprender y a apreciar la belleza, no lo es menos que la belleza es gratuita y está a disposición de todo el mundo de diversas maneras. En cuarto lugar, Ferrucci opina que a algunas personas la belleza les da miedo. Saben que para apreciarla hay que bajar las defensas, volverse más vulnerables, más abiertos. También hay miedo a la desintegración, a la posibilidad de que si nos abrimos a la belleza nuestra personalidad cambie para siempre. En quinto lugar, tener ideas preestablecidas o prejuicios sobre cuándo y dónde podemos encontrar la belleza también podría inhibir su apreciación. Por ejemplo, si una persona tiene la idea preestablecida de que la belleza sólo existe en el arte clásico, no estará abierta a la posibilidad de encontrarla en otros ámbitos, y perderá muchas oportunidades de apreciarla. Asimismo, Ferrucci piensa que la sociedad actual explota nuestra necesidad de belleza mediante la mercantilización, convenciéndonos de que la belleza se puede poseer, convirtiéndola en una mercancía y persuadiéndonos de que poseyéndola seremos felices. En la sociedad de consumo se puede ampliar o reducir muchísimo la posibilidad de

apreciar la belleza. Por un lado, se puede ampliar porque hay muchísimas oportunidades para percibir belleza. Por otro lado, se puede reducir porque nos pueden hacer creer que la belleza está exclusivamente en lo que nos quieren vender. Además, los productos que nos venden nos empujan a poseer, están unidos a nuestra comodidad y a nuestro prestigio social, y todo esto tiene muy poco que ver con la verdadera apreciación de la belleza.

## 12. La ABE puede tener un papel importante para el bienestar.

La idea que desde la filosofía se transmite de la ABE es la de una experiencia sumamente positiva, no sólo por el placer que implica, sino también porque al apreciar la belleza y la excelencia el ser humano se siente pleno, crece, expande su conciencia más allá de sus propias preocupaciones y necesidades personales, se siente conectado con el entorno que le rodea, adquiere un nuevo conocimiento del mundo, que se ve con mejores ojos, se transforma para bien y se siente motivado a comportarse de una manera que preserva la armonía en el mundo. Por ello, la ABE puede tener importantes implicaciones para el bienestar del individuo mismo y también para el bienestar de los demás. Estas nociones están muy relacionadas con ciertas propuestas de la psicología actual sobre el bienestar, especialmente la autorrealización, el bienestar psicológico, la auto-trascendencia o la sensación de estar en armonía con el mundo.

Además de los ejemplos descritos previamente para ilustrar las distintas ideas que hemos presentado, muchos de los cuales aluden a esta relación entre ABE y bienestar, a continuación ofrecemos dos ejemplos más. Schiller mantiene una filosofía eudaimónica y postula que la ley última del ser humano es la felicidad. Según él, uno de los caminos para alcanzar la virtud y la felicidad es a través de la belleza. El hombre se dirige por naturaleza a la belleza y repudia también por naturaleza todo lo que es feo: “Cuando cultivamos nuestras facultades estéticas, cultivamos nuestras facultades morales, tanto así que la educación estética hace superflua una educación moral”. Otro ejemplo representativo de esta idea lo presenta Ferrucci (2008), quien menciona que los indios navajos tienen una palabra, *hozho*, que significa simultáneamente salud, belleza, bondad, armonía y felicidad. El prefijo *ho* significa entero e infinito, e implica la armonía del ser humano con el ambiente y el universo. De hecho, el pensamiento de los navajos no establece ninguna distinción entre los seres humanos y la naturaleza. En esta cultura se exhorta a vivir en la belleza.

En definitiva, las reflexiones de los diversos pensadores a lo largo de la historia nos sugieren que, a pesar de la dificultad a la hora de definir la belleza, las descripciones que hacen de la experiencia de la ABE presentan una serie de características comunes que nos pueden iluminar en nuestra comprensión de esta cualidad. En este sentido, la auto-trascendencia es clave. También parece haber bastante acuerdo en que mediante la ABE se adquiere un conocimiento intuitivo de los aspectos más profundos o esenciales de la realidad. Otro aspecto destacable es la relación entre belleza, excelencia moral y excelencia no moral, conceptos que aparecen profundamente relacionados hasta el punto de ser inseparables unos de otros. También hemos visto como ante la belleza se puede reaccionar de diversas maneras, más sosegada unas veces y más enérgica otras. Además, los filósofos plantean otras ideas interesantes como son la posible

existencia de diferencias individuales y culturales en la ABE, la existencia de determinados factores que pueden inhibir esta experiencia, y el posible rol de la ABE en el bienestar de los individuos y sociedades.

Sin embargo, a pesar de que la belleza y la excelencia han sido objeto de fascinación y debate desde la Antigüedad, la capacidad para apreciarlos sólo ha comenzado a considerarse un tema de estudio por parte de la psicología muy recientemente.

Con el surgimiento de la psicología positiva, la investigación de los rasgos positivos de los seres humanos se estableció como uno de sus pilares, junto a los estados subjetivos positivos y las instituciones positivas (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Tras varios años de trabajo en los que se revisaron múltiples fuentes de información, desde escrituras religiosas tradicionales a productos culturales contemporáneos, Peterson y Seligman (2004) publicaron el manual *Character Strengths and Virtues* [Virtudes y fortalezas del carácter] en el que se describía una clasificación de las virtudes (Coraje, Humanidad, Trascendencia, Sabiduría, Templanza y Justicia), cada una de las cuales englobaba una serie de fortalezas hasta un total de veinticuatro (como por ejemplo, la espiritualidad, la perseverancia o la humildad). Los autores definieron las virtudes como las características de una buena persona, en términos morales, valoradas por filósofos morales y pensadores religiosos, mientras que las fortalezas serían los aspectos psicológicos que definen las virtudes, es decir, los rasgos de la personalidad concretos que tienen un valor moral.

La apreciación de la belleza y la excelencia se incluye en esta clasificación como una fortaleza del carácter que pertenece a la virtud de trascendencia, pues permite a los individuos conectar con entidades superiores a uno mismo y proporcionar un sentido a la vida. Los autores definen esta fortaleza como la capacidad para percibir y apreciar la belleza, la virtud y el talento en los mundos físico y social.

La línea de investigación de las virtudes y fortalezas planteada por Peterson y Seligman (2004) es una propuesta novedosa pues plantearon el estudio científico de una serie de rasgos de personalidad morales que hasta ahora no se habían estudiado en psicología (o al menos muchos de ellos). Más allá del interés científico que estos rasgos tienen en sí mismos por formar parte de la naturaleza humana, los autores comprendieron que si uno de los objetivos de la psicología en general, y de la psicología positiva en particular, es el estudio de la felicidad duradera, era necesario, por un lado, el estudio de características estables en el tiempo y en diferentes contextos, y por otro, ampliar el estudio de estas características estables al ámbito de lo moral, atendiendo a las propuestas de grandes filósofos como Aristóteles, para quienes la vía por la que se alcanza la verdadera felicidad es el desarrollo de las virtudes. Por tanto, la presentación de este novedoso enfoque abría un amplísimo y fascinante abanico de nuevas posibilidades de investigación dentro de la psicología.

Desde entonces, se han venido realizando diversas investigaciones que han ofrecido evidencia inicial sobre la naturaleza de las fortalezas, aunque la atención que ha recibido cada una de ellas ha sido desigual. De esta manera, fortalezas como la esperanza o la gratitud han sido



objeto de numerosas investigaciones, mientras que la apreciación de la belleza y la excelencia es una de las que menos atención ha recibido por parte de los investigadores.

¿Por qué puede haber sucedido esto? Posiblemente una de las razones que haya contribuido a este vacío sea el carácter escurridizo de la belleza, debido a la relativa subjetividad que le acompaña, lo que ha podido dar la impresión de que su estudio se escapa a los métodos de la psicología y que, por tanto, parece más sensato dejar este asunto como objeto de indagaciones filosóficas. Sin embargo, aun siendo conscientes de la dificultad que entraña el estudio de esta fortaleza, nos pareció que, de la misma manera que se estudia la felicidad o el miedo, la apreciación de la belleza y la excelencia se podría estudiar si nos centrábamos en la experiencia de la persona que las percibe y no tanto en las características del objeto bello o de la persona excelente. Quizá cómo las personas viven esta experiencia sea universal, aunque los aspectos de lo que se considera bello o excelente dependan, en parte, de la cultura y el momento histórico.

Asimismo, conocedoras del papel tan importante que la belleza y la excelencia han tenido en las ideas de los más grandes filósofos, artistas y pensadores de la Historia, teníamos la intuición de que esta fortaleza podía ser beneficiosa para las personas que la poseen y también para las que las rodean, por lo que era necesario abordarla desde un enfoque amplio que examinara sus relaciones con diversos indicadores de bienestar y otras variables deseables.

Por esta razón, se decidió llevar a cabo la presente tesis doctoral sobre la apreciación de la belleza y la excelencia, con el objetivo de llenar este vacío y avanzar el estado del arte en esta fortaleza, y con la esperanza de proporcionar a otros investigadores una base sobre la que seguir explorando este rasgo.

Además, la apreciación de la belleza y la excelencia nos parece una fortaleza especialmente importante en los tiempos que corren. Por un lado, vivimos una época de crisis económica, institucional, medioambiental y moral, en donde los valores del beneficio económico a toda costa y un pragmatismo radical nos están llevando a la destrucción de nuestro planeta y de los seres que en él habitamos. En estas circunstancias es necesario rescatar los valores de la belleza y la excelencia para, a través de ellos, fomentar el aprecio y respeto de los demás seres vivos y del entorno por su valor intrínseco, y desarrollar la excelencia tanto moral como no moral en los seres humanos.

Por otro, vivimos en una época de aceleración que puede ser contraproducente para nuestro bienestar. Aristóteles pensaba que los seres capaces de contemplar son los más dichosos, no indirectamente, sino por efecto de la contemplación misma, de manera que la felicidad puede ser considerada como una especie de contemplación. Sin embargo, parece como si hoy día no hubiera sitio para la contemplación, en parte por la sensación de que no hay tiempo para ello, y también, porque nuestra atención está demasiado centrada en nuestros propios pensamientos, de manera que no atendemos al mundo y a las personas que nos rodean. Una alusión a este estado de prisa y falta de atención aparece en *Los Papalagi* (1920), en donde Erich Scheurmann publica los pensamientos del jefe samoano Tuiavii de Tiavea, quien decía del hombre occidental que, por un lado, tenía la enfermedad del pensamiento profundo, que vivía enfrascado en sus pensamientos, y, por otro, que vivía obsesionado con el tiempo, de manera que cuando iba de un

sitio a otro, lo hacía a toda prisa y mirando al suelo para no distraerse, y así no perder el tiempo. Lo que para este jefe samoano de principios de siglo era una extraña enfermedad, para nosotros se ha normalizado y forma parte del día a día.

Por tanto, es necesario replantearnos qué tipo de existencia queremos tener, cuál es nuestra naturaleza y la de nuestra felicidad, y hacia dónde estamos yendo, como seres humanos y como cohabitantes de este planeta. Necesitamos recuperar nuestra capacidad contemplativa y reconectar con las demás personas, con los demás seres vivos y con la Tierra, y creemos que la apreciación de la belleza y la excelencia juega un papel fundamental en esta tarea. Aunque esta tesis no pretende abarcar este objetivo tan amplio y se centra en aspectos mucho más concretos que suponen un primer paso en la investigación sobre la ABE, esta visión es una de las motivaciones que la sustenta.

En definitiva, tomando como punto de partida la propuesta de Peterson y Seligman (2004), la presente tesis se centra en la apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza del carácter y pretende ampliar nuestro conocimiento sobre la misma y ofrecer, por primera vez, evidencia inicial en torno a varios interrogantes.

En primer lugar, examinaremos su estructura dimensional y trataremos de dar respuesta a la pregunta de si efectivamente podemos considerar que esta fortaleza está compuesta por las tres dimensiones propuestas de apreciación de la belleza, de las virtudes y de los talentos en el entorno físico y social, o si por el contrario la apreciación de la belleza y de la excelencia son completamente independientes. Ahondaremos también en los aspectos psicológicos que caracterizan a las experiencias de apreciación de la belleza y excelencia, es decir, los pensamientos, emociones, conductas y motivaciones que suelen acompañarlas. Asimismo, evaluaremos la relación de esta fortaleza con una serie de variables sociodemográficas, de personalidad, bienestar y prosocialidad, con el ánimo de esclarecer cómo suelen ser las personas que tienen una alta tendencia a apreciar la belleza y la excelencia. También exploraremos si es posible desarrollar esta fortaleza y si ésta mantiene una relación causal con bienestar.

Para tratar de dar respuesta a estas cuestiones, se han llevado a cabo una serie de acciones que se corresponden con los restantes capítulos de esta tesis.

En el Capítulo 2 presentamos una extensa revisión de la teoría y la evidencia empírica disponible relacionada con la apreciación de la belleza, de las virtudes y de los talentos. Comenzaremos definiendo dicha fortaleza y comparándola con constructos psicológicos afines. Expondremos sus relaciones, observadas en los estudios existentes, con otras fortalezas del carácter, los cinco factores de la personalidad, bienestar y variables sociodemográficas. Asimismo, revisaremos en qué medida la apreciación de la belleza y la excelencia cumple los criterios para ser considerada una fortaleza. Ya que, como veremos, los estudios sobre esta fortaleza son muy escasos, ampliaremos nuestra revisión a otros campos de conocimiento más allá del estudio psicológico de las fortalezas del carácter como la neurociencia, la sociología y la psicología de la religión y de la espiritualidad, de la estética, evolucionista, ambiental, de la personalidad y de la emoción. Inspeccionaremos también qué instrumentos de medida existen de esta fortaleza y qué intervenciones se han hecho para desarrollarla. Tras esta revisión teórica

plantearemos la necesidad de crear un instrumento de medida de la apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza del carácter que cubra las tres dimensiones propuestas (belleza, virtudes y talentos), y de llevar a cabo una intervención, de manera que podamos dar respuesta a los interrogantes anteriormente planteados.

En el Capítulo 3 presentamos la construcción de la Escala de apreciación de la belleza y la excelencia y los análisis de sus propiedades psicométricas. Tras presentar las hipótesis de investigación, se realizarán tres estudios. En el Estudio 1, se exploran los aspectos psicológicos de las tres dimensiones de la apreciación de la belleza y la excelencia. En el Estudio 2, se crea una batería de ítems que cubren estas tres dimensiones propuestas y se evalúa con análisis factorial exploratorio. En el Estudio 3, se examina la versión final de la escala mediante un análisis factorial confirmatorio. Asimismo, se comparan varios modelos estructurales y se analiza la red nomológica de la fortaleza. Finalmente, se presentan una serie de análisis dirigidos a ofrecer evidencias adicionales de validez y fiabilidad de la escala.

En el Capítulo 4 describimos el diseño y la evaluación de una intervención piloto para aumentar la apreciación de la belleza. Presentamos las hipótesis de investigación y comprobamos empíricamente si es posible aumentar la apreciación de la belleza a través de una serie de actividades intencionales en un período corto de tiempo. Asimismo, se examina si dicho entrenamiento produce algunos resultados más generales como un aumento de los sentimientos subjetivos de bienestar, de la esperanza y de autotranscendencia. Ya que se trata de un estudio piloto, aprovechamos para preguntar a los participantes su opinión sobre los ejercicios que conforman la intervención con el objetivo de mejorarla en el futuro.

Finalmente, en el Capítulo 5 se presentan las conclusiones de la presente tesis y se sugieren futuras líneas de investigación.

## Capítulo 2. La apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza del carácter

“En el monte volvemos a la razón y a la confianza. Allí siento que mientras tenga vista, no hay desgracia ni calamidad que la naturaleza no pueda reparar. Descalzo, en el aire puro, elevado al espacio infinito, se desvanece el ego. Soy una pelota transparente, no soy nada, lo veo todo, las corrientes del ser universal circulan a través de mí, soy parte de Dios. Siento algo tan bello como mi propia naturaleza. La mayor delicia que ofrecen los montes y los campos es la sugerencia de una oculta relación entre el hombre y la naturaleza”

R. W. Emerson

### 2.1. Introducción

En este capítulo se presenta la definición de la apreciación de la belleza y la excelencia (ABE) como fortaleza del carácter propuesta por Peterson y Seligman (2004), que es la perspectiva adoptada en esta tesis, y se diferencia esta fortaleza de otros constructos psicológicos afines. Como parte de su definición, se describen las relaciones, observadas empíricamente, que ABE mantiene con otras fortalezas, los cinco factores de la personalidad y otros rasgos, algunos indicadores de bienestar, género, edad y algunos datos sobre su presencia en diversos países. Además, se revisan los criterios establecidos por Peterson y Seligman por los cuales la ABE podría considerarse una fortaleza del carácter.

Por otra parte, se presenta una extensa revisión de la ABE desde otras perspectivas teóricas, tales como la psicología de la estética o la neurociencia, entre otros campos del saber. Asimismo, se revisan las medidas existentes de la ABE o de constructos relacionados, así como las intervenciones existentes sobre esta fortaleza. Finalmente, a partir de la evidencia presentada, se exponen las preguntas de investigación y los objetivos del presente trabajo.

### 2.2. Definición

La apreciación de la belleza y de la excelencia (ABE) se ha definido como la capacidad para encontrar, reconocer y disfrutar la belleza o la excelencia en el mundo físico y social (Peterson & Seligman, 2004). Se concibe como una reactividad emocional específica caracterizada por la tendencia a experimentar, al menos, emociones auto-trascendentes como sobrecogimiento (*awe*), elevación (*elevation*) y admiración (*admiration*) producidas por la percepción frecuente de la belleza y la excelencia (Haidt & Keltner, 2004).

Haidt y Keltner (2004) proponen tres categorías de objetos de apreciación a los que sería beneficioso, según los autores, ser receptivo: (1) la belleza física, sea ésta visual o auditiva; (2) la bondad moral o la virtud, que se percibe en las manifestaciones de generosidad, valentía u otras fortalezas en las personas (excelencia moral); y (3) el talento o las habilidades extraordinarias manifestadas por otros individuos (excelencia no moral). Según estos autores, en los casos más significativos, apreciar la belleza produciría la emoción de sobrecogimiento, apreciar la excelencia moral produciría la emoción de elevación y apreciar la excelencia no moral produciría admiración.

Peterson y Seligman (2004) incluyeron la ABE en su clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter. Es en dicha clasificación en donde la ABE es definida, por primera vez de manera explícita, como una fortaleza del carácter (o rasgo positivo de la personalidad) perteneciente a la virtud de trascendencia, ya que permite a los individuos trascender sus propios límites y establecer conexiones con el universo.

### **2.2.1. Diferencias y semejanzas con tres constructos psicológicos afines: *mindfulness*, *flow* y *saboreo***

A primera vista, se podría considerar que la ABE se identifica con otros constructos psicológicos ya existentes. Sin embargo, existen argumentos teóricos que permiten diferenciar la ABE de otros constructos. A continuación se justifica por qué la ABE difiere de tres constructos psicológicos concretos con los que podría confundirse: *mindfulness*, *flow* y *saboreo*.

Aunque existen varias definiciones de *mindfulness*, es común definir dicho constructo como un estado de atención y consciencia plena de lo que está sucediendo en el momento presente (Brown & Ryan, 2003). Por lo tanto, la sensibilidad atencional a las señales del entorno es una característica clave de *mindfulness*. En este sentido, *mindfulness* debería estar relacionado con ABE, ya que para apreciar la belleza y la excelencia es necesario prestar atención a lo que nos rodea. Sin embargo, *mindfulness* implica prestar atención y ser consciente tanto de estímulos internos como externos, y la ABE se caracteriza por centrar la atención en estímulos externos, en concreto, en la belleza y excelencia del mundo exterior. Además, cuando las personas contemplan la belleza y excelencia se quedan absortas y se olvidan de sí mismas (Steger *et al.*, 2007). Sin embargo, se ha observado que *mindfulness* correlaciona negativamente con absorción (Brown & Ryan, 2003).

*Flow* es otro de los constructos con los que la ABE se podría confundir. Csikszentmihalyi (1990) describe la experiencia de *flow* como un estado subjetivo en el que la persona está completamente inmersa en la actividad que está realizando, que puede ser física o mental. La atención está completamente enfocada en la actividad y la persona funciona al máximo de su capacidad. Durante la experiencia de *flow* la persona tiene sensación de control sobre la actividad, y está tan centrada en lo que está haciendo que pierde la conciencia de sí misma y la noción del tiempo. Csikszentmihalyi (1990) describe una serie de experiencias de *flow* relacionadas con ver y escuchar (pp. 166 - 174) que bien podrían ser experiencias de ABE.

Parece que lo que la ABE y *flow* comparten es el estado de absorción (Tellegen & Atkinson, 1974). Partiendo de la absorción como base común, nuestra impresión es que el concepto de *flow* estaría más relacionado con aquellas situaciones en las que el individuo está llevando a cabo una actividad sobre la que mantiene cierto control, mientras que la ABE implica una actitud más pasiva y receptiva y en relación a un tipo de estímulos muy concretos como son la belleza y excelencia, sobre los que la persona no tiene ningún control (Cohen, Gruber & Keltner, 2010). De hecho, aunque Csikszentmihalyi (1990) identifica ciertas experiencias de ABE como experiencias de *flow*, él mismo describe una serie de dimensiones de *flow* que no parecen estar relacionadas con la ABE como son tener unas metas claras en la actividad que se está realizando, retroalimentación sobre la ejecución, y equilibrio entre las habilidades propias y el reto al que se enfrenta la persona (Csikszentmihalyi, 1994, p. 178).

Finalmente, el saboreo es otro constructo que podría confundirse con la ABE. Bryant y Veroff (2007) definen el saboreo como la capacidad para atender, apreciar e intensificar las experiencias positivas, en donde una actitud de *mindfulness* es clave. El saboreo requiere que la persona sea consciente de sus propios sentimientos positivos en el mismo momento en que la experiencia positiva está teniendo lugar. Los autores aluden a la relación entre saboreo y experiencia estética, de manera que una persona podría estar apreciando la belleza y saboreando esta experiencia al mismo tiempo si fuera consciente en ese momento de los sentimientos positivos que está experimentando. Sin embargo, aunque uno pueda saborear una experiencia estética, este hecho no implica que saboreo y experiencia estética sean lo mismo. Además, en las experiencias más extremas de ABE, la persona está tan abstraída que se olvida de sí misma, por lo que esta meta-conciencia desaparecería.

### **2.2.2. Relación con otras fortalezas del carácter**

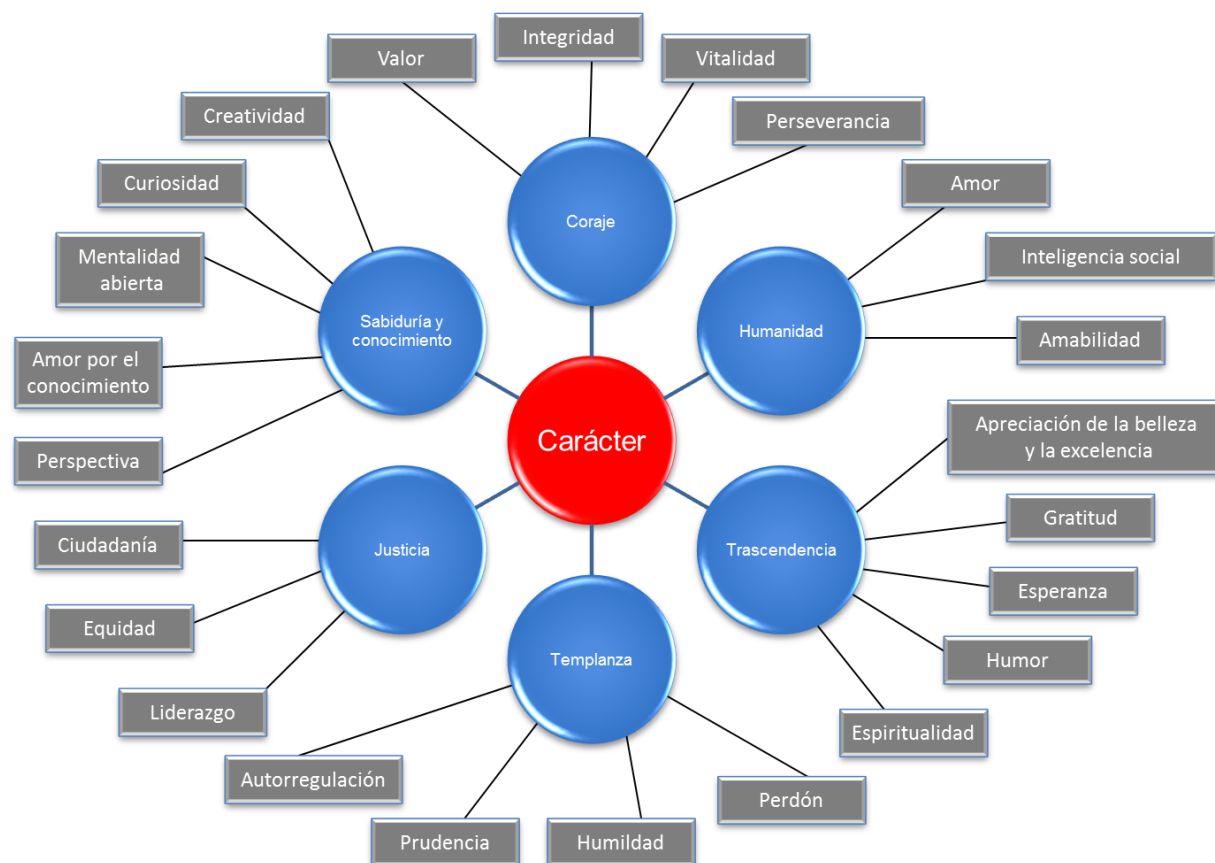
Un aspecto importante en la definición de la ABE es su consideración como una fortaleza, es decir, un rasgo positivo de la personalidad, perteneciente a la virtud de trascendencia (Peterson & Seligman, 2004).

Estos autores proponen una clasificación de seis virtudes y veinticuatro fortalezas (ver Figura 2.1). Las virtudes son las características centrales del carácter valoradas por filósofos morales y pensadores religiosos, y son universales. Las virtudes propuestas son la sabiduría, el coraje, la humanidad, la justicia, la templanza y la trascendencia. Todas deben estar por encima de un cierto nivel para considerar que una persona tiene buen carácter. Cada virtud engloba una serie de fortalezas, que son los aspectos psicológicos que definen las virtudes, es decir, las formas distinguibles en las que se manifiesta una virtud.

Se ha propuesto que la ABE pertenece a la virtud de trascendencia, virtud que engloba a aquellas fortalezas que permiten al individuo trascender sus propios límites y establecer conexiones con el universo que nos rodea, proporcionando sentido. De hecho, algunos estudios

muestran que la ABE como rasgo, evaluada con instrumentos que presentan ciertas limitaciones<sup>7</sup>, se relaciona con algunas de las fortalezas de trascendencia como la gratitud (Peterson, Park & Seligman, 2006; Ruch *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008), la esperanza (Shryack, Steger, Krueger, & Kallie, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner, *et al.*, 2006) y la religiosidad/espiritualidad (Ruch *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008).

Figura 2.1. Clasificación de virtudes y fortalezas de Peterson y Seligman (2004)



Sin embargo, otros estudios muestran que la ABE también se relaciona con fortalezas pertenecientes a otras virtudes. De hecho, la mayoría de los estudios apuntan a una relación de ABE con fortalezas pertenecientes a la virtud de sabiduría y conocimiento, tales como el amor por el conocimiento (Park & Peterson, 2006; MacDonald, Bore & Munro, 2008; Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012), la creatividad (Park & Peterson, 2006; MacDonald *et al.*, 2008; Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012), la curiosidad (Park & Peterson, 2006; MacDonald *et al.*, 2008; Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012), la

<sup>7</sup> Los estudios que presentamos en este apartado han usado principalmente la subescala de ABE del VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004) y la Escala de implicación con la belleza (Diessner, *et al.*, 2008) escalas que no cubren las tres dimensiones de la ABE propuestas teóricamente. Una descripción detallada de las escalas se presenta en el apartado 2.5 de este capítulo sobre medidas de la ABE.

mentalidad abierta (Park & Peterson, 2006) y la perspectiva (MacDonald *et al.*, 2008; Shryack *et al.*, 2010).

También se ha encontrado una asociación con fortalezas de la virtud de coraje, como el valor (MacDonald *et al.*, 2008; Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012) y la vitalidad (Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012). Finalmente, también se ha observado una relación con inteligencia social, fortaleza perteneciente a la virtud de humanidad (MacDonald *et al.*, 2008), y con equidad, fortaleza perteneciente a la virtud de justicia (Park & Peterson, 2006; Diessner *et al.*, 2008).

### **2.2.3. Relación con los cinco factores de la personalidad y otros rasgos**

La ABE parece tener un fuerte componente genético, quizá por su estrecha relación con el rasgo de personalidad de apertura a la experiencia. Steger *et al.* (2007) observaron que las correlaciones en ABE entre gemelos monocigóticos era .56, mientras que en los dicigóticos era .03.

En relación a la relación entre la ABE y los cinco factores de la personalidad, se ha observado que la ABE presenta una correlación significativa, positiva y alta con apertura a la experiencia, y media-baja con extraversión y amabilidad (Littman-Ovadia & Lavy, 2012). La tendencia a experimentar elevación<sup>8</sup>, que se relacionaría con la apreciación de la excelencia moral, se ha asociado de manera positiva y moderada con extraversión (.30), moderada-baja con apertura a la experiencia (.22) y baja con amabilidad (.18) (Landis *et al.*, 2009). La tendencia a la emoción de sobrecogimiento, que se asociaría principalmente con la apreciación de la belleza, se ha asociado de manera positiva y alta con apertura a la experiencia (.49) y moderada con extraversión (.34) (Shiota, Keltner & John, 2006).

Asimismo, la ABE correlaciona significativamente, de manera positiva y moderada, con la tendencia a la absorción (Steger *et al.*, 2007), y de manera negativa y baja con materialismo (Diessner *et al.*, 2008). Finalmente, también se ha encontrado que la tendencia a experimentar elevación correlaciona de manera positiva y moderada (.33) con altruismo, evaluado con auto-informe (Landis *et al.*, 2009). Además, la tendencia a experimentar elevación predecía altruismo por encima de los cinco factores de la personalidad y la trascendencia espiritual.

### **2.2.4. Relación con bienestar**

Con respecto a la relación de ABE con distintos indicadores de bienestar, la mayoría de los estudios que han evaluado esta relación han encontrado una relación significativa positiva y

---

<sup>8</sup> Los autores de este estudio usaron para evaluar la tendencia a experimentar la emoción de elevación una escala de 13 de ítems desarrollada por Haidt que no está publicada y sobre la que no hay evidencias de validez. Landis *et al.* (2009) observaron que esta escala constaba de dos factores, uno relacionado con apertura a los demás y otro con reacciones fisiológicas.



pequeña con satisfacción con la vida (Isaacowitz, Vaillant & Seligman, 2003; Peterson, *et al.*, 2006; Peterson *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008), aunque en algún estudio la relación con satisfacción con la vida era inexistente (Ruch *et al.*, 2010). Isaacowitz *et al.* (2003) observaron que en un grupo de adultos de mediana edad, mayores niveles de sabiduría y apreciación de la belleza predecían una menor satisfacción por la vida. Sin embargo, en una muestra de hombres muy mayores con un nivel educativo muy alto sólo la capacidad para amar y la apreciación de la belleza predecían satisfacción con la vida. Los autores del estudio especulan que quizá los hombres de este grupo trataban la apreciación de la belleza como una forma de espiritualidad.

También se han encontrado relaciones significativas, positivas y pequeñas, con otros indicadores de bienestar como la felicidad subjetiva (.12) y el índice de felicidad auténtica (.16) (Ruch *et al.*, 2010), y moderada con afecto positivo (.31) (Littman-Ovadia & Lavy, 2012). Diessner *et al.* (2008) evaluaron la relación entre ABE y depresión y no encontraron ninguna relación.

Peterson *et al.* (2006) observaron que los individuos que se habían recuperado de un trastorno psicológico puntuaban más alto en ABE así como en curiosidad, creatividad, gratitud y amor por el conocimiento en comparación con personas que no habían tenido ningún trastorno psicológico. Además, la ABE y el amor por el conocimiento mediaban parcialmente la asociación entre haber tenido un trastorno psicológico y la recuperación de la satisfacción con la vida una vez el trastorno se había superado. También se ha observado una relación positiva moderada (.28) con crecimiento post-traumático (controlando edad y género), debido probablemente, según los autores del estudio, a que la ABE se relacionaría con una mayor apreciación por la vida (Peterson *et al.*, 2008). Asimismo, se ha observado que las personas altas en ABE son más resilientes que las que puntúan bajo, quizá por su relación con la auto-trascendencia y las emociones positivas, según el autor del estudio (Chung, 2008).

Con respecto a las tres orientaciones hacia la felicidad, la ABE correlaciona de manera significativa con las tres orientaciones: (1) a través de una vida placentera, (2) a través de implicarse en las cosas que uno hace en su vida y experimentar con frecuencia *flow*, y (3) a través del desarrollo de uno mismo, desarrollando las propias fortalezas y viviendo de manera congruente con ellas, lo que representaría la vía del sentido (Peterson *et al.*, 2007). En concreto, tras evaluar una muestra norteamericana y otra suiza, ABE correlacionaba de manera significativa con la orientación hacia el placer (.27 en EE.UU. y .21 en Suiza), con la orientación hacia una vida implicada (.26 en EE.UU. y .24 en Suiza) y con la vida orientada hacia el sentido (.36 en EE.UU. y .27 en Suiza), sugiriendo que las personas altas en ABE adoptan las tres vías hacia la felicidad, pero especialmente la vía del sentido.

### **2.2.5. Relación con género y edad**

Con respecto a la relación de la ABE con género, se ha observado que las mujeres puntúan consistentemente más alto que los hombres (Isaacowitz *et al.*, 2003; Peterson *et al.*, 2006; Linley

*et al.*, 2007; Ruch *et al.*, 2010; Shryack *et al.*, 2010; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008).

Los resultados sobre la relación de la ABE con la edad son contradictorios. En algunos estudios se observa que los más jóvenes puntúan más alto que los más adultos (Isaacowitz *et al.*, 2003), mientras que en otros la ABE incrementa con la edad (Park & Peterson, 2006; Ruch *et al.*, 2010; Diessner *et al.*, 2008), o no se observa ninguna relación (Linley *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012).

### **2.2.6. Diferencias entre países**

Park, Peterson y Seligman (2006) evaluaron las 24 fortalezas en 54 países. La ABE aparecía desde una segunda posición a una decimoquinta en la clasificación de las 24 fortalezas de cada país. A modo ilustrativo, los tres países en los que la ABE ocupaba las posiciones más altas en la clasificación eran Taiwán (2ª posición), Polonia (3ª posición), y China (3ª posición). En España, la ABE ocupaba la 7ª posición. Por otro lado, las últimas tres posiciones de ABE se daban en Suiza (15ª posición), República Centroafricana (15ª posición) y Dinamarca (14ª posición). Si se atiende a las medias, los tres países que puntuaban más alto en ABE eran Polonia (media = 4.04), Filipinas (media = 4.01) e India (media = 4). Por otro lado, los tres países que puntuaban más bajo eran Noruega (media = 3.57), Suecia (media = 3.62) y Finlandia (media = 3.62). En España, la media era 3.83.

## **2.3. Criterios para la fortaleza**

Peterson y Seligman (2004) establecen diez criterios definitorios de las fortalezas, que se describen a continuación. Según los autores, la ABE cumple nueve de los diez criterios para ser considerada una fortaleza, por lo que, en principio, su inclusión en la clasificación estaría justificada. La investigación futura ayudará a confirmar o a refutar este supuesto.

1. Las fortalezas generan plenitud. Peterson y Seligman relacionan la ABE con la experiencia mística. Al apreciar la belleza y excelencia parece que la persona se siente una con el universo, experimenta una sensación de verdad, una claridad de sensaciones y percepciones que no pueden expresarse con palabras. Este sentimiento de plenitud no debe confundirse con el placer momentáneo ni con felicidad per se.

2. Las fortalezas son valoradas moralmente. La ABE es moralmente valorada por sí misma. Además, Peterson y Seligman opinan que aquellas personas que no tienen esta capacidad pueden ser guiadas por las que sí la poseen. Kant (1764/2008) consideraba la ABE como un mérito, tal y como se refleja en sus palabras: “Se ve también que cierta finura del sentimiento se atribuye como mérito a un hombre. Que alguien sea capaz de comer mucha carne y muchos pasteles y que

duerma, a pesar de todo, incomparablemente bien, esto se lo interpretará como señal de que tiene buen estómago, pero no como mérito. Por el contrario, quien sacrifica una parte de su comida para escuchar música o es capaz de enfrascarse en una agradable distracción con una pintura o lee con agrado algunas cosas ingeniosas, aunque se trate únicamente de pequeños poemas, tiene sin embargo el prestigio de un hombre delicado, casi a los ojos de todo el mundo, y del que se tiene opinión favorable y se le da buena fama” (p.62).

3. Las fortalezas de una persona no empequeñecen a los demás. En la línea del criterio anterior, cuando observamos que una persona se maravilla con la belleza y la excelencia del mundo nos sentimos bien. De hecho, tener cerca a una persona alta en ABE facilitará que nosotros también podamos captar la belleza y la excelencia, de manera que todos salimos ganando.

4. Existen opuestos no deseables de las fortalezas. Peterson y Seligman identifican como lo opuesto a apreciar la belleza y la excelencia el sentirse atraído por lo mundano, lo vulgar, lo ordinario, lo superficial o lo trivial. Sin embargo, Peterson y Seligman añaden que hay que tener precaución de no introducir los propios juicios a la hora de definir lo que es banal y lo que es bello o excelente. Para ellos lo importante no es tanto el objeto que produce el sentimiento, sino las emociones auto-trascendentes que se experimentan cuando se percibe algo que para la persona en cuestión es bello o excelente.

Haidt y Keltner (2004) proponen también como opuesto a la ABE el placer malicioso que se experimenta ante los fallos o desgracias de los demás, que denominan con la palabra alemana *schadenfreude*. Ya que hablamos de ABE cuando apreciamos la belleza y la excelencia por lo que es en sí misma, nuestra propuesta añade como opuestos a la ABE la envidia, el deseo de posesión o el ser extremadamente práctico hasta el punto de ver las cosas o personas como medios para conseguir los propios objetivos y no como fines en sí mismos. Cuando Shaftesbury (citado en Bayer, 1961) habla del virtuoso, quien se asemeja mucho a una persona alta en ABE, opina que éste se opone al coleccionista, al entusiasta arisco y sectario, al pedante maníaco, al fatuo ignorante y al fanático iluminado.

5. Las fortalezas son rasgos de personalidad. Peterson y Seligman proponen que la ABE es un rasgo, es decir, una diferencia individual relativamente estable en el tiempo y generalizable a diversas situaciones que puede que no sea entendida únicamente como el resultado de las presiones sociales y biológicas del momento. La evidencia empírica disponible parece apoyar este argumento dada la relación de ABE con apertura a la experiencia (Littman-Ovadia & Lavy, 2012).

6. Las fortalezas son distintas de las demás fortalezas de la clasificación. La ABE se diferencia de la mayoría de las fortalezas de la clasificación, pero según Peterson y Seligman podría haber algunos solapamientos, por lo que éste es el criterio que ABE podría no cumplir. Por un lado, los estudios de análisis factorial realizados con el VIA-IS (p.ej., Park & Peterson, 2006), muestran

repetidamente que la ABE se agrupa con fortalezas pertenecientes a la virtud de sabiduría y conocimiento, como la curiosidad, el amor por el conocimiento, la perspectiva, la creatividad y la mentalidad abierta<sup>9</sup>. Como veremos, la ABE parece estar muy relacionada con la adquisición de información, implica estar abierto y atento al mundo, y un interés intrínseco por lo que nos rodea. Además, al ser una fortaleza que implica valores auto-trascendentes es posible que favorezca un equilibrio entre objetivos relacionados con uno mismo y objetivos altruistas, lo cual reflejaría la virtud de sabiduría (Sternberg & Jordan, 2005).

Por otro lado, es posible que ABE también se solape con la espiritualidad y otras fortalezas de trascendencia. Como hemos visto, la ABE parece estar relacionada con la espiritualidad, la esperanza y la gratitud. Como veremos, las experiencias espirituales y de ABE tienen muchas características en común. La ABE parece también estar relacionada con la esperanza, quizá por esa posibilidad de armonía que se vislumbra en la belleza, o por ver el alcance del ser humano en la excelencia. Asimismo, la ABE implica un sentimiento de apreciación, común a otras fortalezas como la gratitud. De hecho, la emoción de gratitud pertenece a las emociones morales positivas, así como lo hacen el sobrecogimiento, la admiración o la elevación (Haidt, 2003) y se ha observado empíricamente que aparece ante la excelencia moral (Algoe & Haidt, 2009).

Otras fortalezas con las que la ABE se ha asociado ocasionalmente son el valor, la equidad, la vitalidad y la inteligencia social.

7. Existen personas que ejemplifican las fortalezas. Peterson y Seligman citan varios ejemplos, como Alfred Nobel, quien quiso que su herencia se convirtiera en un fondo para premiar a aquellas personas que cada año hicieran grandes logros en beneficio de la humanidad. Otros ejemplos serían Félix Rodríguez de la Fuente (Primer Congreso Nacional de Psicología Positiva, 2012) y los poetas Rainer Maria Rilke y Juan Ramón Jiménez.

8. Existen prodigios en las fortalezas. Hay niños que desde muy pequeños se sienten profundamente atraídos por la belleza de la música o de la naturaleza, o por la excelencia de algunas personas, que se pueden convertir en sus héroes. Un ejemplo de fascinación por la música desde muy pequeño sería Daniel Barenboim, y de la apreciación de la excelencia de la ejecución musical, asimismo a una edad muy temprana, Marina Tsvietáieva.

9. Existen personas que muestran una ausencia total de determinadas fortalezas. Peterson y Seligman identifican la ausencia de ABE con la ignorancia, la inconsciencia, la impasibilidad o la insensibilidad. Como hemos visto, Kant (1764/2008) sugiere que el egoísmo podría ser también una característica de personas que no aprecian la belleza y la excelencia ya que, al estar demasiado centradas en sí mismas y en las propias necesidades, serían incapaces de apreciar la

---

<sup>9</sup> Conviene tener en cuenta que estos estudios han usado la subescala de ABE del VIA-IS, la cual no representa bien el constructo de la ABE pues se centra básicamente en la belleza, y además tiene un ítem que más bien podría estar evaluando creatividad.

belleza y la excelencia de su entorno. Así, Kant dice de la persona egoísta que “no tiene en modo alguno los órganos apropiados para percibir el rasgo noble de un poema o de una virtud heroica” (p.60).

10. Existen instituciones y rituales para el cultivo de las fortalezas. Existen instituciones que de alguna manera fomentan la ABE, como museos de arte o fundaciones que premian la excelencia en algún ámbito, pero a juicio de Peterson y Seligman, éstas fallan en el intento de fomentar la ABE porque se centran en el objeto o acción, pero no en cómo apreciarlo. Los autores plantean como solución la creación de más oportunidades para que la gente se exponga a la belleza y a la excelencia pero sin imponer un modelo de belleza o excelencia determinado, simplemente dejando que la experiencia tome su propio curso, ya que las personas pueden apreciar cosas distintas.

## **2.4. Aportaciones al estudio de la apreciación de la belleza y la excelencia desde otras áreas de conocimiento**

Dado su carácter novedoso, la investigación sobre la ABE como fortaleza del carácter es muy escasa. Por ello, en este apartado se revisan las aportaciones de otros enfoques que de alguna manera puedan contribuir a una mayor comprensión de la ABE. En concreto, se incluyen las aportaciones de:

1. la psicología de la religión y de la espiritualidad, con su énfasis en la auto-trascendencia y en lo sagrado o divino;
2. la psicología de la estética, con su hincapié en las características objetivas de los objetos que se juzgan como bellos y en las explicaciones neurocognitivas de la experiencia estética;
3. la neurociencia, que nos informa sobre las posibles bases neuronales de la ABE;
4. la psicología evolucionista, que nos sugiere el valor adaptativo de la ABE;
5. la psicología ambiental, con su foco en los efectos beneficiosos de determinados entornos;
6. la sociología y su consideración de los valores como pilares de la motivación;
7. la psicología de la personalidad, con su énfasis en las diferencias individuales relativamente estables;
8. la psicología de la emoción, con su enfoque más específico sobre las emociones y sus componentes.

En general, parece haber más conocimiento relacionado con la apreciación de la belleza que con la apreciación de la excelencia moral y no moral. Por esta razón, aunque en cada apartado se tratan tanto la belleza como la excelencia, es posible que a veces sólo se hable de la belleza.

### 2.4.1. Psicología de la religión y la espiritualidad

Las ideas filosóficas acerca de la ABE presentadas en la introducción nos sugieren que ésta puede parecerse en algunos aspectos a la experiencia religiosa o espiritual. Algunos de esos aspectos comunes podrían ser, por ejemplo, la auto-trascendencia, la sensación de unión con aquello que se aprecia, y la percepción de divinidad (teísta o no teísta) en el objeto de apreciación. De hecho, Peterson y Seligman (2004) han incluido a la ABE en el grupo de las fortalezas pertenecientes a la virtud de trascendencia, cuya fortaleza prototípica es la espiritualidad.

En la misma línea, Haidt y Keltner (2004) sostienen que las emociones auto-trascentes que se experimentan ante la belleza y la excelencia tienen mucha importancia en las religiones. Según estos autores, el sobrecogimiento es concebido como la respuesta normal del ser humano ante Dios según diversas religiones como el Judaísmo, el Cristianismo o el Hinduismo. Las descripciones del sobrecogimiento religioso se corresponden con una mezcla de miedo, sumisión, alegría y éxtasis. Tras las experiencias religiosas/espirituales las personas se muestran más maleables, más abiertas a las enseñanzas y disposiciones de la divinidad, más piadosas y prosociales, y menos preocupadas por lo material o por la reputación (Keltner & Haidt, 2003).

La auto-trascendencia que se experimenta en las experiencias religiosas/espirituales también puede experimentarse ante la belleza y la excelencia. Otto Grundler (1922; citado en Haidt y Keltner, 2004) distingue cuatro clases de objetos que facilitan la auto-trascendencia: 1) la naturaleza, 2) los trabajos artísticos grandiosos, 3) los sucesos históricos o personales que llevan a la comprensión (*insight*) y al reconocimiento de una voluntad más que humana, y 4) el testimonio de determinadas personas, en concreto las personas consideradas santas, que de alguna manera se perciben como divinos. Como hemos comentado, Haidt y Keltner (2004) opinan que el sobrecogimiento podría ser la respuesta típica ante cualquier manifestación de Dios revelada en cualquier aspecto de la creación, pero los autores también piensan, dándole la vuelta al argumento y teniendo en cuenta la observación de Otto Grundler acerca de los objetos que facilitan la auto-trascendencia, que las personas podrían tener una tendencia innata a conmoverse ante la belleza y la excelencia, y que cuando esto sucede las personas lo atribuirían a Dios. De esta manera, los autores sugieren que la capacidad de ABE es innata en el ser humano y que éste habría generado las religiones y sus “accesorios” (como, por ejemplo, la música, la arquitectura o los rituales) como maneras de amplificar las emociones auto-trascentes.

Con respecto a la existencia de diferencias individuales en la tendencia a experimentar sobrecogimiento, considerada la emoción auto-trascente prototípica (Keltner & Haidt, 2003), y tener experiencias religiosas, Haidt y Keltner (2004) sostienen que los psicólogos de la religión diferencian al menos dos dimensiones. En primer lugar, estaría la dimensión Racionalidad en oposición a Intuición/Emoción realizada por William James, quien contrastó los juicios existenciales (afirmaciones analíticas, racionales, sobre lo que una cosa es) con juicios

espirituales o intuitivos (sobre el valor de una cosa). Diversos autores han observado una relación entre modos emocionales o intuitivos de pensamiento con espiritualidad y con la tendencia a tener experiencias religiosas (Maslow, 1964; Otto, 1917/1923; Schleiermacher, 1806/1967; citados en Haidt y Keltner, 2004). En segundo lugar, estaría la dimensión Optimismo vs. Pesimismo, que se solaparía con la distinción que William James (1902/1999; citado en Haidt y Keltner, 2004) hace entre las personas que ven todo en la vida como bello o bueno y que están abiertos al mundo porque éste es una manifestación de la divinidad y las personas que ven el mal y la decadencia en todas partes y el mundo como una falsa ilusión cuyas tentaciones hay que rechazar. De esta manera, Haidt y Keltner (2004) sugieren que las personas altas en ABE es posible que sean más intuitivas y optimistas.

Un concepto que recientemente está cobrando importancia dentro de la psicología de la religión y que puede ser relevante para el estudio de la ABE es el concepto de lo sagrado<sup>10</sup>. Como hemos en las aportaciones de la filosofía al estudio de la ABE, parece que cuando las personas aprecian la belleza y la excelencia perciben en ellas algo divino y, por tanto, las consideran en cierta manera sagradas. Lo sagrado va más allá de Dios, y abarca cualquier objeto o aspecto de la vida que toma un carácter extraordinario por su asociación con lo divino (Pargament & Mahoney, 2005). Considerar algo como sagrado va más allá de considerar algo como importante. Cualquier objeto podría ser sagrado; no obstante, no hay que confundir lo sagrado con lo ordinario, ya que lo sagrado representa algo que va más allá del objeto, un nivel de la realidad más profundo y primordial. De esta manera, cuando se dota a los objetos de un carácter sagrado, el mundo de los objetos ordinarios se convierte en un mundo extraordinario. Según Pargament y Mahoney (2005), cuando las personas perciben algo como sagrado, sienten como si lo invisible se hiciera visible, como si se arrojara luz sobre un misterio, experimentan una revelación de lo divino. Ciertamente, esta descripción sería muy parecida a las descripciones que desde la filosofía se hacen de la experiencia de lo bello y lo excelente. La percepción de lo sagrado se experimenta como algo real, no como algo ilusorio, y se convierte en el núcleo de la vida de la persona. Eliade (1957, citado en Pargament & Mahoney, 2005) piensa que el ser humano se siente motivado a imitar el comportamiento que considera divino, y así se sitúa a sí mismo más cercano a los dioses, es decir, a lo real y significativo.

Pargament y Mahoney (2005) describen dos maneras en las que las personas percibirían los objetos como sagrados, es decir, que tienen un carácter divino y son importantes: mediante una santificación teísta y una santificación no teísta. En primer lugar, las personas percibirían los objetos como manifestaciones de Dios a través de una santificación teísta. Las distintas religiones enseñan a través de sus lecturas y rituales que Dios y sus poderes se manifiestan a través de los muchos y variados aspectos de la vida, desde en las acciones humanas a los fenómenos de la naturaleza, y contribuirían de esta manera al desarrollo de la santificación teísta. En segundo lugar, las personas percibirían los objetos como sagrados a través de una santificación no teísta al atribuirles cualidades asociadas con lo divino como atributos de

---

<sup>10</sup> Lo sagrado se define como algo digno de veneración por su carácter divino o por estar relacionado con la divinidad (RAE).

trascendencia (p.ej., santo), propósito y valor primordial (p.ej., bendito, inspirador), y ausencia de límites (p.ej., eterno, milagroso). Las personas atribuyen cualidades sagradas a los objetos, como las que acabamos de citar, aunque no crean en Dios o en un poder superior. Una vez los objetos se perciben como sagrados provocan fuertes respuestas emocionales, cognitivas, comportamentales y motivacionales.

Más allá de que el proceso de santificación sea teísta o no teísta, las personas difieren en cuanto a los aspectos de la vida que consideran sagrados. Esta diferencia podría venir determinada por una constelación de factores personales, sociales, y situacionales. Doehring y Clarke (2002, citado en Pargament & Mahoney, 2005) encontraron que las percepciones de lo sagrado en la vida eran predichas por una serie de variables religiosas (p.ej., religiosidad intrínseca, misticismo), psicológicas (p.ej., propósito en la vida, autoestima, apego seguro, bajo narcisismo, bajo compromiso con el empiricismo), sociales (p.ej., actitud de servicio y ayuda a la comunidad) y situacionales (p.ej., sucesos agradables cotidianos).

Según Pargament y Mahoney (2005), la santificación tiene una serie de implicaciones importantes. En primer lugar, es probable que las personas se impliquen más en conseguir y cuidar aquellas cosas que perciben como sagradas que en la búsqueda de otros fines. Por ejemplo, Tarakeshwar, Swank, Pargament y Mahoney (2001) encontraron que aquellos que percibían el medio ambiente como sagrado invertían más dinero en causas medioambientales. En segundo lugar, y en relación con el punto anterior, es probable que las personas se esfuercen más en preservar y proteger aquellos aspectos sagrados de la vida que han sido amenazados que otros aspectos. En tercer lugar, la percepción de aspectos de la vida como sagrados tiende a producir emociones espirituales como la elevación y el sobrecogimiento, la gratitud, la humildad, el amor, y un sentido de obligación. En cuarto lugar, es probable que las personas obtengan un gran bienestar en la búsqueda y experiencia de lo que ellos perciben como sagrado, es decir, como reflejo de lo divino. Además, es posible que los objetos sagrados sirvan como recursos de los que las personas obtienen fuerza y apoyo en sus vidas. Los objetos o aspectos de la vida considerados sagrados tienen la capacidad de proporcionar un sentido de identidad personal, continuidad y cohesión, y de aliviar y consolar a las personas en momentos de estrés. En quinto lugar, cuando las personas pierden los aspectos sagrados de sus vidas, o éstos son dañados, pueden sufrir consecuencias severas como altos niveles de ansiedad y depresión. Las reflexiones de Pargament y Mahoney acerca de lo sagrado se asemejan considerablemente a las descripciones de la experiencia estética descritas en la filosofía. Así, la ABE no sería sólo la apreciación de ciertas cualidades positivas o agradables de la belleza o la excelencia, sino la percepción de lo divino, o en palabras de Pargament, de lo sagrado.

Otros investigadores en el área de la psicología de la religión y la espiritualidad han relacionado directamente las experiencias de ABE con la espiritualidad. Por ejemplo, Pergakis, Hasan, Heller, y Waldinger (2010) evaluaron las experiencias espirituales de más de una centena de octogenarios. Un análisis factorial reveló cuatro tipos de experiencias espirituales, uno de los cuales tenía que ver con experiencias relacionadas con la belleza y la naturaleza. Underwood y Teresi (2002) desarrollaron una medida para evaluar experiencias espirituales, ampliamente



utilizada, que incluye la experiencia de emociones como sobrecogimiento, elevación o paz interior, emociones asociadas también con la ABE. De hecho, uno de los ítems de su escala evalúa directamente la experiencia de sobrecogimiento ante la belleza de la creación. Cohen *et al.* (2010) investigaron las semejanzas y diferencias entre las experiencias de profunda belleza y las experiencias espirituales transformadoras en una muestra de estudiantes universitarios. Ambas experiencias compartían muchas características. Por ejemplo, ambas tenían una valencia positiva alta, un énfasis en que la situación estaba causada por las circunstancias y no estaba bajo el control del individuo, y la sensación de comprender verdades que antes se desconocían. Sin embargo, ambas experiencias diferían en algunos aspectos. Las experiencias de profunda belleza solían ser producidas sobre todo por la naturaleza, mientras que las experiencias espirituales eran provocadas mayoritariamente por sucesos religiosos. Las experiencias espirituales incluían, además de los aspectos positivos, aspectos negativos como incertidumbre, existencia de obstáculos y problemas que resolver, y emociones negativas como culpa, dolor, tristeza y preocupación. Por otro lado, las experiencias de belleza implicaban más pensamientos positivos sobre el mundo y mayores niveles de apreciación, entretenimiento, satisfacción, sobrecogimiento, inspiración, interés y relajación que las experiencias espirituales.

Por último, Saroglou, Buxant y Tilquin (2008) observaron que las emociones positivas auto-trascendentes, como las que se experimentan en la ABE, podrían incrementar la espiritualidad. Los autores demostraron en un experimento que los participantes que observaron unos vídeos que producían emociones auto-trascendentes (apreciación de la naturaleza y maravilla ante el nacimiento de un niño) posteriormente puntuaron más alto en espiritualidad.

En definitiva, la psicología de la religión/espiritualidad nos sugiere que muchos de los aspectos de la experiencia religiosa/espiritual se solapan con la ABE. Conocer las implicaciones que la experiencia de lo sagrado tiene para la persona nos puede iluminar en nuestro interés por entender los posibles efectos de la ABE. Si efectivamente la persona considera que la excelencia es sagrada o divina, quien aprecia la excelencia en las acciones de los demás podría sentirse impulsado a imitar esa conducta como una manera de acercarse él mismo a la excelencia, es decir, a lo divino. Por otro lado, si la belleza se considera como algo sagrado o divino, lo que así parece suceder, sería posible que motivara conductas de protección. Asimismo, siguiendo este paralelismo entre belleza y la excelencia y lo sagrado, la ABE podría asimismo tener ese efecto de lo sagrado de transmitir fuerza, ofrecer consuelo y reducir el estrés, así como los efectos negativos sobre el bienestar psicológico si la belleza y la excelencia fueran dañadas.

#### **2.4.2. Psicología de la estética**

En este apartado revisamos brevemente algunos estudios sobre los diversos factores que influyen en los juicios de belleza o de preferencia estética con el objetivo de establecer reglas o principios perceptuales generales de la apreciación estética.

La psicología de la estética nace en 1876 con la publicación de los trabajos de Gustav Theodor Fechner, quien adopta un enfoque empírico en contraste con el enfoque filosófico de la

estética que dominaba en aquella época<sup>11</sup>. La psicología estética en la actualidad sigue la tradición de Fechner, tratando de establecer relaciones entre observaciones objetivas y (1) juicios subjetivos acerca de la belleza de un objeto, o (2) juicios sobre la preferencia por un determinado objeto en contraste con otros. Normalmente en estos estudios se presentan estímulos que difieren en un aspecto (por ejemplo, en simetría) mientras se controlan los demás (por ejemplo, complejidad, tamaño, etc.) y se pregunta al participante qué estímulo le parece más bello o qué objeto prefiere entre los que se le muestran.

Estos estudios han descubierto determinadas reglas o principios perceptuales asociados a los juicios de belleza o de preferencia. Por ejemplo, Berlyne (1971, 1974) enfatizó la importancia del nivel de activación fisiológico y sugirió una relación de U invertida entre las llamadas variables colativas (como la complejidad y la novedad) y la apreciación estética, de manera que, en general, las personas prefieren objetos de complejidad y novedad intermedia. Otros estudios han revelado una preferencia por la simetría (Fechner, 1876; Berlyne, 1971; Jacobsen & Höfel, 2002, citados en Jacobsen, 2010), de manera que se prefieren las caras, los animales e incluso los objetos simétricos aunque no cumplan ninguna función biológica (Reber, Schwarz & Winkielman, 2004). En otros estudios se ha observado que se tiene una preferencia por la proporción o la composición equilibrada (Höge, 1995; Locher, 2003; citados en Jacobsen, 2010), el contenido semántico en oposición a las cualidades formales del diseño (Martindale, 1988; citado en Jacobsen, 2010), los prototipos de una categoría de objetos, ya sean pinturas (Hekkert & van Wieringen, 1990), música (Smith & Melara, 1990) o caras (Langlois & Roggman, 1990), los objetos familiares (Redies, 2007), las imágenes con bordes definidos que hagan contraste en comparación con imágenes de bordes degradados (Tinio, Leder & Strasser, 2011), el contraste entre la figura y el fondo, y la claridad (Reber *et al.*, 2004), las imágenes que contienen fractales<sup>12</sup>, tanto en la naturaleza como en el arte (Forsythe, Nadal, Sheehy, Cela-Conde & Sawey, 2011), los ambientes que sean complejos e interesantes pero también coherentes, es decir, moderadamente complejos (Forsythe, *et al.*, 2011), las imágenes de la naturaleza (Kaplan, 1995), el arte representacional frente al arte abstracto, o determinados colores pues añaden interés, variedad e intensidad (Martindale & Moore, 1988, citado en Forsythe, *et al.*, 2011).

Las preferencias estéticas también pueden variar dependiendo de si la persona que juzga es un experto o no en la materia juzgada. En general, las personas que no tienen una formación artística prefieren estímulos más simples y simétricos, mientras que las personas con formación artística prefieren elementos complejos y asimétricos (p.ej., McWhinnie, 1968, citado en Reber *et al.*, 2004). Algo parecido sucede con la música: individuos sin formación musical prefieren progresiones de acordes prototípicos, mientras que los expertos no tienen esta preferencia (Smith & Melara, 1990). Eysenck (1983) quiso evaluar diferencias entre grupos en el acierto a la hora de juzgar la calidad artística de una serie de estímulos. Para ello desarrolló el Test de sensibilidad estética visual, que él consideraba una posible medida del “buen gusto”, y realizó varios estudios

---

<sup>11</sup> Para una ilustración de la historia de la psicología de la estética y sus diferentes tendencias, el lector puede dirigirse, por ejemplo, al manual *Psicología del arte*, de Gisele Marty (1999).

<sup>12</sup> Los fractales son formas geométricas fragmentadas que pueden subdividirse en partes, cada una de las cuales es, al menos aproximadamente, una copia reducida del todo.

comparando diversos grupos, llegando a la conclusión de que los juicios sobre la calidad estética de los estímulos, entendida aquí como la armonía de la composición, eran muy similares entre individuos de distintas culturas, entre niños con educación artísticas y niños sin este tipo de educación, entre niños de distintas edades, entre adultos y niños, y no dependía de la inteligencia ni de la personalidad.

Otros factores que pueden influir en el juicio estético de una persona son la mera exposición repetida a un estímulo (Zajonc, 1968), el estado afectivo de la persona (Konečni, 1979), la relación del objeto con estatus social o interés económico (Konečni, 1979; Ritterfeld, 2002), o los antecedentes educativos, históricos, culturales o económicos en general (Konečni, 1979; Jacobsen, 2002; Ritterfeld, 2002). También influiría el contexto en el que se hace el juicio (p.ej, Fechner, 1876; Berlyne, 1971; Whitfield, 1984; Martindale, 1988; Jacobsen, 2002, 2004; Jacobsen & Höfel, 2002, citados en Jacobsen, 2010).

Existen diversas teorías que tratan de explicar estos resultados sobre la preferencia estética o los juicios sobre la belleza. Zeki (1999; citado en Redies, 2007), por ejemplo, señala que la función del arte (de crearlo y de apreciarlo) es buscar o encontrar lo constante, lo duradero, lo esencial en las características de los objetos, superficies, caras o situaciones y por lo tanto adquirir un conocimiento más profundo de los mismos. Estas características constantes son las que permitirían al cerebro obtener un conocimiento sobre el mundo.

En una línea parecida, Ramachandran y Hirstein (1999) sostienen que el objetivo del arte es resaltar, trascender, o incluso distorsionar la realidad para ayudar al que observa a resolver problemas perceptivos y cognitivos. En cada paso del procesamiento cognitivo del objeto se activaría el sistema límbico para reforzar cada descubrimiento parcial que se da en el procesamiento del objeto. Es decir, el cerebro estaría reforzando el progreso hacia la organización del campo perceptivo en una configuración que tiene sentido. Los autores destacan ocho principios o leyes de la preferencia estética:

1. La esencia y el efecto de intensidad máxima. Los artistas no sólo capturan la esencia de algo sino que además la amplifican para activar más fuertemente los mismos mecanismos neuronales que se activarían por el objeto original. Esta esencia puede estar relacionada con distintos aspectos del objeto, como por ejemplo su forma, color o movimiento.
2. El agrupamiento perceptivo, que es reforzante de manera directa.
3. Aislar una modalidad visual (por ejemplo, la forma) de otras posibles modalidades (por ejemplo, el color) y amplificarla para que la atención puede centrarse de manera más efectiva en un única fuente de información y sea más fácil darse cuenta de la amplificación introducida por el artista. Cuando ciertas modalidades no son críticas para definir la identidad del objeto en cuestión, esa información extra puede distraer los recursos atencionales limitados de los atributos característicos del objeto.
4. Los contrastes (de luminosidad, de textura, de color, etc.) también son reforzantes.
5. La simetría también es estéticamente agradable.

6. Nos disgustan las interpretaciones sobre una imagen que se basan sobre un punto de vista único y preferimos puntos de vista más genéricos.
7. Encontrar analogías entre objetos aparentemente distintos, como en una metáfora, es reforzante.
8. La resolución de un problema perceptivo es reforzante, por lo tanto, una imagen cuyo significado está implícito puede gustar más que una imagen en la que el contenido es demasiado obvio.

Reber *et al.* (2004) integran los resultados de los estudios sobre preferencias y proponen un solo fenómeno que explicaría todos esos resultados. Según los autores, el placer estético depende de la fluidez (perceptiva y conceptual) con la que se procesa un objeto, de manera que cuanto más fácil sea de procesar más gustaría. Por lo tanto, defienden un enfoque centrado en la interacción entre ciertas características del objeto y de los procesos cognitivos y afectivos de la persona. Con respecto a qué características de los objetos hacen que éstos se procesen con más facilidad, los autores recurren a todas las características que se han estudiado desde el enfoque objetivo como, por ejemplo, la forma, la simetría y el contraste entre la figura y el fondo. Los autores defienden que la fluidez del procesamiento es intrínsecamente placentera, resultando espontáneamente en afecto positivo, y que esta fluidez determinaría los juicios estéticos porque las personas se basan en su experiencia subjetiva al hacer juicios evaluativos. Dicho con otras palabras, (1) determinadas características de los objetos hacen que estos sean procesados con más facilidad, (2) esta facilidad de procesamiento produce placer, y (3) la persona se basa en esa sensación placentera para juzgar el objeto que está procesando como bello. Finalmente, los autores proponen que el impacto de la fluidez del procesamiento está moderado por las expectativas y las atribuciones del observador.

Con respecto al debate sobre la medida en que la preferencia estética es algo innato o aprendido, Reber *et al.* (2004) sostienen que viene determinada tanto por factores biológicos como por la socialización. Los autores citan una serie de estudios para apoyar su argumento. Por ejemplo, Zentner y Kagan (1996) observaron que los bebés de 4 meses miraban más tiempo a una fuente de música y mostraban menos actividad motora cuando la música implicaba sonidos consonantes (sonidos con ratios de frecuencias numérica simples) en vez de sonidos disonantes, posiblemente indicando una preferencia temprana. Sin embargo, el surgimiento de distintos gustos musicales en adultos indica un efecto de la socialización. Por ejemplo, como hemos comentado anteriormente, las personas sin un entrenamiento musical prefieren secuencias consonantes frente a disonantes, mientras que personas con un entrenamiento musical no tienen esta preferencia. Algo similar sucede con la preferencia de caras. Los bebés prefieren caras atractivas (Slater *et al.*, 1998), que están más cercanas a la media matemática de la población (Langlois & Roggman, 1990), de manera que tendríamos una tendencia de procesamiento innata que nos permitiría reconocer los prototipos. Sin embargo, a medida que crecemos y estamos expuestos a numerosos modelos de belleza, el ideal de belleza de un adulto se va modificando por la influencia de la cultura y la clase social.

Finalmente, Reber *et al.* (2004) también aplican su hipótesis de la fluidez del procesamiento para explicar la relación entre belleza y verdad sugerida por diversos pensadores a lo largo de la Historia. Citando la famosa frase de Keats “La belleza es verdad, la verdad es belleza”, los autores dicen que la fluidez del procesamiento sería la base común a los juicios estéticos y a los juicios de verdad. Los autores citan una serie de estudios para apoyar su idea. Por ejemplo, la repetición de estímulos aumenta los juicios de preferencia (p.ej., Bornstein, 1989) así como de verdad (p.ej., Hasher, Goldstein & Toppino, 1977). Igualmente, el contraste incrementa juicios estéticos (p.ej., Reber, Winkielman, & Schwarz, 1998) así como juicios de verdad (Reber & Schwarz, 1999). Asimismo, las rimas se han usado en poesía porque aumentan el placer de su lectura (McGlone & Tofighbakhsh, 1999) y se ha visto que las mismas proposiciones se experimentan como más verdaderas cuando se presentan en forma de rima (McGlone & Tofighbakhsh, 2000).

Redies (2007), basándose en el descubrimiento de los fractales en la obra del artista Jackson Pollock por parte de Taylor, Micolich y Jonas (1999), propone un modelo de percepción estética universal, independiente de circunstancias culturales, históricas, sociales o personales, en donde relaciona la percepción estética en el arte y en la naturaleza, proponiendo que el sistema visual está preparado para identificar unas propiedades estadísticas de los estímulos en la naturaleza, los fractales, y que los artistas, de manera consciente o inconsciente, crean obras de arte que incluyen estas características. Según Redies (2007), la percepción estética dependería de la forma del estímulo y no de su contenido. El fractal, que está muy relacionado con la composición de una escena natural o artística, parece ser un factor muy importante a la hora de juzgar la belleza de una escena pero no es un factor suficiente. A la hora de explicar la relación entre la belleza en el arte y en la naturaleza, Redies explica que ambos estímulos pueden provocar la misma respuesta neuronal en el sistema visual, de manera que ambos tipos de estímulos pueden percibirse de una manera muy parecida. Esta similitud justifica el uso de términos descriptivos como “bello” para ambos tipos de estímulos.

Armstrong y Detweiler-Bedell (2008) plantean una teoría de la belleza como emoción, y distinguen entre lo bello y lo bonito en función de sus componentes cognitivos, motivacionales y afectivos. Los autores defienden que la belleza es una emoción, que la belleza se siente, no se discierne, pero que aun así, el placer de la belleza depende de una relación sutil entre emoción y cognición.

Partiendo de la idea defendida por Reber *et al.* (2004) de que el placer estético depende de la fluidez del procesamiento del estímulo, Armstrong y Detweiler-Bedell (2008) plantean que la fluidez del procesamiento explicaría el placer moderado que se experimenta ante objetos familiares o simples, pero que no explicaría el placer más intenso que se experimenta con objetos más complejos o nuevos. En este punto los autores rescatan la idea de John Dewey (1934/1980) de que en el placer estético está implicado un procesamiento cognitivo activo y difícil, y que se deriva de la anticipación de un procesamiento exitoso. Según los autores, esta propuesta explicaría por qué en algunos estudios se ha observado que los expertos prefieren estímulos más complejos (p.ej., McWhinnie, 1968; Smith & Melara, 1990). Este placer más intenso se daría

cuando al percibir un objeto complejo o desconocido entra en juego la imaginación y se detecta la posibilidad de llegar a comprenderlo. En este sentido, lo bonito tendría que ver con objetos o situaciones familiares o simples que se procesan con facilidad porque se corresponden perfectamente con un concepto que la persona tiene representado en su mente, mientras que la belleza se relacionaría con un procesamiento más difícil puesto que el estímulo, complejo o nuevo, cumple algunas de las características de un concepto que la persona conoce pero no todas, y la persona siente la posibilidad de llegar a comprenderlo, por lo que supone un reto para la habilidad de la mente de comprender el objeto o situación. Así, los autores definen la belleza como el sentimiento excitante de que algo complejo puede ceder el paso a la comprensión.

Armstrong y Detweiler-Bedell (2008) sostienen que la belleza como emoción, a diferencia de la mayoría de las emociones, no implica unos objetivos conductuales específicos, sino que es reflejo de los objetivos más abstractos, epistémicos, de la mente. Los autores incluyen en su modelo de la belleza dos tipos de objetivos epistémicos, objetivos de prevención y objetivos de promoción, y el hecho de si hay congruencia entre los objetivos y la situación, de manera que si son congruentes se experimentaría placer.

Con respecto a los dos tipos de objetivos epistémicos, por un lado, además de por procesar estímulos familiares o simples, lo bonito se experimentaría cuando la persona está motivada a mantener su conocimiento actual estable (prevención) y para ello evita la novedad y la inconsistencia. Lo bello, por otro lado, ocurriría cuando la persona está motivada a ampliar su conocimiento y se aproxima a la novedad y a la inconsistencia de la información que proporciona el estímulo en busca de características comunes más profundas que proporcionen la posibilidad de comprensión. Encontrar esas relaciones indica a la persona el progreso hacia el objetivo de expandir el conocimiento (promoción), es decir, le anticipa que va a poder aplicar un concepto. Ambas emociones estéticas, lo bonito y lo bello, son agradables porque implican la detección de dinámicas de procesamiento inherentemente placenteras (asociadas con una comprensión inmediata o potencial, respectivamente), las cuales son evaluadas como congruentes con un objetivo epistémico activo (mantener o expandir el conocimiento, respectivamente).

Cuando los objetivos de la persona son congruentes con la situación, la valencia del afecto experimentado es positiva. Pero además, este afecto positivo toma una u otra forma a partir de la valoración de la novedad o la consistencia con nuestras expectativas acerca del objeto o suceso. El procesamiento fluido de estímulos bonitos señala familiaridad, reduciendo el *arousal* o nivel de activación y llevando a un placer calmado. El procesamiento no fluido de los estímulos bellos incrementa el *arousal*, dando lugar a un placer excitante.

Según Armstrong y Detweiler-Bedell (2008), la idea de que el placer estético se derivaría de esa percepción de que se puede conocer el objeto se aplicaría no sólo a los primeros estadios de la percepción, sino también en un nivel más abstracto, en un nivel semántico-cognitivo. Es decir, detectar una relación entre una imagen y un concepto abstracto (o incluso entre dos conceptos abstractos) se reforzaría por el mismo mecanismo que responde a la detección de relaciones al nivel de características físicas básicas.

En definitiva, todos estos estudios nos indican que el juicio sobre si un objeto es bello o no, o si un objeto se prefiere frente a otros, viene determinado por una compleja red de características del objeto, influencias personales, sociales, culturales y situacionales. Si bien la psicología de la estética tiene el mérito de adoptar un enfoque empírico en el estudio de la belleza y ofrece datos interesantes, algunos de sus estudios pueden ser excesivamente reduccionistas. Además, no indagan sobre la experiencia de la persona ante el objeto o lo que el objeto puede representar simbólicamente, y mucho menos en si existen diferencias individuales en la frecuencia con la que las personas aprecian la belleza y experimentan emociones trascendentales, aspecto característico de la ABE como fortaleza del carácter.

A continuación, siguiendo en el campo de la psicología de la estética, revisaremos algunos estudios sobre las bases neuronales de la experiencia estética, así como de la apreciación de la excelencia.

### **2.4.3. Neurociencia**

En este apartado revisamos estudios de neuroimagen en donde se evalúan aspectos relacionados con la ABE. Estos estudios utilizan como observación objetiva la electroencefalografía, los potenciales cerebrales evocados, la magneto encefalografía, la imagen por resonancia magnética funcional o la tomografía por emisión de positrones. Debido a la tecnología que utilizan, los estudios de este tipo son muy recientes y más bien escasos, pero es un área que está despertando mucho interés.

Con respecto a los correlatos neuronales del juicio estético, los estudios han dado lugar a resultados dispares. Se ha identificado una mayor actividad en regiones cerebrales distintas en estudios que usaban modalidades artísticas variadas como pinturas, fotografías, arquitectura, música y danza. La diversidad de resultados podría estar reflejando la variedad del método empleado en los distintos estudios o la complejidad de los procesos cognitivos y afectivos implicados en la apreciación estética, la cual involucra la actividad de diversas áreas que además sirven a otros procesos mentales (Nadal, Capó, Munar & Cela-Conde, 2009).

Zaidel y Nadal (2011) sintetizan la variedad de resultados en estos estudios y plantean tres tipos de actividad cerebral durante el juicio estético:

1. Un incremento del procesamiento visual, auditivo y somatosensorial en niveles corticales bajos y medios, que posiblemente refleja procesos atencionales y afectivos (Calvo-Merino *et al.*, 2010; Cela-Conde *et al.*, 2009; Cupchik, Vartanian, Crawley & Mikulis, 2009; Vartanian & Goel, 2004).
2. Un mayor procesamiento de alto nivel de arriba-abajo y activación de áreas corticales implicadas en juicios evaluativos, incluyendo el córtex prefrontal medial anterior y las partes ventral y dorsal del córtex prefrontal lateral (Cela-Conde *et al.*, 2004; Cupchik *et al.*, 2009; Jacobsen, Schubotz, Höfel & Cramon, 2006).

3. Una activación del circuito de recompensa, incluyendo regiones corticales (corteza anterior cingulada, orbitofrontal, y prefrontal ventromedial) y subcorticales (núcleo caudado, sustancia nigra y núcleo accumbens), así como algunos de los reguladores de este circuito (amígdala, tálamo e hipocampo) (Blood & Zatorre, 2001; Cupchik *et al.*, 2009; Ishai, Senior & Rippon, 2007; Kawabata & Zeki, 2004; Kirk, Skov, Christensen & Nygaard, 2009; Vartanian & Goel, 2004).

Recientemente se han publicado algunos trabajos que evalúan los correlatos neuronales de la apreciación de la excelencia o aspectos relacionados como el juicio moral. Mediante técnicas de resonancia magnética funcional, Takahashi *et al.* (2008) compararon la actividad del cerebro asociada con el juicio de la excelencia moral y la asociada con el juicio de depravación moral. Los participantes tenían que juzgar en qué medida consideraban loables o reprochables una serie de situaciones relacionadas con la excelencia moral o la depravación moral evocadas en unas frases. Se observó que las regiones activadas eran distintas, de manera que cuando consideraban una situación reprochable, reflejo de depravación moral, había una mayor actividad del surco temporal posterior superior, mientras que cuando juzgaban una situación como loable, reflejo de excelencia moral, había una mayor activación del córtex orbitofrontal, área que también se activa en juicios sobre la belleza de formas y del arte (Kawabata & Zeki, 2004) y de caras (Aharon *et al.*, 2001).

Esta falta de activación del surco temporal posterior superior y del córtex prefrontal medial en el juicio de la excelencia moral sugiere que los participantes relacionaban la medida en que la acción era loable con los resultados de los actos morales positivos con independencia de la intención que subyacía a esos actos, mientras que al juzgar las acciones morales negativas sí se tenía en cuenta la intención subyacente a las acciones observadas. De alguna manera este resultado podría reflejar ese aspecto estético de la excelencia moral en el sentido de una acción que resplandece por su grandeza, en donde la forma de la acción (el resultado positivo) cobra especial importancia. Por otro lado, reforzando esta idea, la relación entre la valoración de lo loable de la excelencia moral y el córtex orbitofrontal sugieren de nuevo que lo importante a la hora de juzgar la excelencia moral como loable es el resultado positivo y no la intención, ya que el córtex orbitofrontal está asociado con el procesamiento de recompensa (Rolls, 2006) y estímulos positivos como imágenes (Northoff *et al.*, 2000), sabor (Small *et al.*, 2003) y música (Blood & Zatorre, 2001). También se ha encontrado una asociación entre la actividad del córtex orbitofrontal y el amor materno (Bartels & Zeki, 2004).

Por último, Takahashi *et al.* (2008) también encontraron en la apreciación de la excelencia moral una mayor actividad en áreas que parecen estar relacionadas con conductas de acercamiento, como el córtex dorsolateral prefrontal izquierdo y el área motora izquierda suplementaria, de manera que apreciar la excelencia moral podría preparar el sistema motor para llevar a cabo alguna acción relacionada con la excelencia moral.

En otro estudio relacionado con la apreciación de la excelencia, Immordino-Yang, McColl, Damasio, y Damasio (2009) evaluaron los correlatos neuronales de la experiencia



emocional hacia las habilidades de otras personas (es decir, la apreciación de la excelencia no moral) y hacia las virtudes de otras personas (es decir, la apreciación de la excelencia moral), además de la compasión. Para inducir las emociones, los investigadores contaron a los participantes (1) historias reales sobre el coraje, la caridad o el autosacrificio (excelencia moral), o (2) historias sobre personas haciendo cosas muy difíciles, pero no morales, como resolver un cubo de Rubrick con los ojos vendados (excelencia no moral), acompañadas de vídeos, audios o imágenes estáticas.

Con respecto a la reacción emocional ante la excelencia moral y no moral, los autores observaron una mayor actividad en regiones subcorticales relacionadas con la regulación de estados internos del organismo (hipotálamo, mesencéfalo, corteza cingulada anterior medial y unión pontomedular, que incluye núcleos implicados en la regulación autonómica), una mayor actividad de regiones corticales relacionadas con la percepción del propio cuerpo (ínsula anterior y circunvolución supramarginal) y de los córtices posteromediales, área relacionada con las inferencias acerca de los estados mentales de los demás, asociada con la toma de perspectiva y el procesamiento social, y, posiblemente, también con la conciencia, específicamente con la construcción del yo.

Sin embargo, la apreciación de la excelencia moral producía más activación en la parte posterior/inferior de los córtices posteromediales (la parte más relacionada con el procesamiento interoceptivo), mientras que la apreciación de la excelencia no moral producía más activación de la parte anterior/superior de los córtices posteromediales (la parte más relacionada con el procesamiento muscoesquelético). La actividad de los córtices posteromediales (especialmente los sectores posterior/inferior) está asociada con dirigir la atención hacia el interior y con la introspección durante estados de descanso.

La explicación que dan los autores de la investigación es que la elevación ante la excelencia moral se podría relacionar con la observación del alivio del sufrimiento de otra persona, que estaría asociada con un aumento de conciencia de las propias condiciones y sus implicaciones morales. Por ejemplo, un número elevado de los participantes dijeron que apreciar las virtudes de los demás les incitaba un fuerte deseo de llevar una vida con sentido. Por tanto, la mayor autoconciencia al apreciar la excelencia moral puede reflejar el papel de los córtices posteromediales posterior/inferior en la introspección al comparar la situación de otra persona con la de uno mismo.

En definitiva, la apreciación de la excelencia moral y no moral implica no sólo procesos racionales a nivel consciente, sino también los sistemas que nos mantienen vivos, que nos hacen actuar, que organizan y regulan el funcionamiento de nuestro cuerpo. Estos datos revelan que estos tipos de apreciación implican dos tipos de procesamiento: (1) sistemas neuronales de alto nivel para la consideración de las circunstancias actuales en relación con el aprendizaje pasado, que llevarían a la comprensión cognitiva y a la inducción de la emoción, y (2) sistemas de bajo nivel relacionados con la preparación para la acción del cuerpo y la mente y que aportan al proceso cognitivo su poder motivador (Immordino-Yang & Sylvan, 2010).

Con respecto a la relación entre la belleza y el bien, o lo moral, sobre lo que tanto han debatido los filósofos, recientemente los neurocientíficos han comenzado a explorar la existencia de bases neurobiológicas comunes a ambos.

Agnati *et al.* (2007) teorizaron sobre ciertas redes neuronales relacionadas con el sistema límbico que podrían codificar principios éticos y estéticos. Tsukiura y Cabeza (2010) exploraron esta conexión empíricamente mediante técnicas de imagen por resonancia magnética funcional y observaron una mayor actividad del córtex orbitofrontal medial y una menor actividad en el córtex insular, áreas relacionadas con la representación del valor de la recompensa y estados emocionales, tanto en el juicio sobre la belleza de caras como en el juicio moral de diversas acciones hipotéticas.

Zaidel y Nadal (2011) revisaron las funciones de las áreas cerebrales comunes a los juicios estéticos y morales. Ambas parecen implicar funciones ejecutivas, como la atención, la memoria de trabajo, y la toma de decisiones, asociadas con una actividad del córtex prefrontal medial y lateral; la representación y anticipación de recompensa, que normalmente se asocian con la actividad orbitofrontal; la creación de un contexto rico en emociones basado en los recuerdos de experiencias pasadas, lo que implica la actividad de los polos temporales; y la integración de procesos cognitivos y afectivos en el córtex cingulado anterior. En el caso de los juicios morales, estas redes se complementan con la actividad de regiones cerebrales relacionadas con la cognición social (surco temporal superior) y la integración de conflicto cognitivo y emoción (córtex cingulado posterior y precuneus). Por otro lado, los juicios estéticos, además de las redes que comparten con los juicios morales, implican la actividad de procesos sensoriales de bajo y medio nivel (córtex visual, auditivo y somatosensorial, dependiendo del tipo de modalidad artística) y el sistema de recompensa (especialmente el estriado ventral). Quizá este solapamiento podría explicar por qué a la gente atractiva se la asocia con rasgos positivos como confianza, inteligencia y competencia (Veenvliet & Paunonen, 2005, citado en Zaidel & Nadal, 2011), es decir, por qué la belleza, la excelencia moral y la no moral están relacionadas.

Con respecto a las posibles diferencias entre hombres y mujeres, Cela-Conde *et al.* (2009) encontraron diferencias en tareas de juicio estético de estímulos visuales sobre arte y naturaleza. La actividad de las regiones parietales, relacionadas con la visión, era bilateral en las mujeres mientras que en los hombres estaba localizada en el hemisferio derecho. Según los autores, esto puede reflejar diferencias en las estrategias asociadas con la división del trabajo entre hombres (dedicados a la caza) y mujeres (dedicadas a la recolección de vegetales) de nuestros ancestros. Las mujeres tienden a ser más conscientes de los objetos que tienen alrededor que los hombres, incluyendo aquellos que son irrelevantes para la tarea que se esté haciendo en un determinado momento (Silverman & Eals, 1992, citado en Cela-Conde *et al.*, 2009), mientras que los hombres son más eficaces en tareas de dirección (Silverman *et al.*, 2000, citado en Cela-Conde *et al.*, 2009).

Otros estudios de neuroimagen relevantes para comprender la ABE tienen que ver con el descubrimiento de las neuronas espejo. Freedberg y Gallese (2007) dejan de lado la dimensión

artística de los objetos y se centran en los sentimientos de empatía y la simulación encarnada como mecanismos cruciales de la respuesta ante lo que vemos en general, y ante el arte visual en particular, tratando de llenar el vacío que han dejado las predominantes explicaciones meramente cognitivas sobre la experiencia estética. Los autores proponen que un elemento crucial en la respuesta a lo que vemos consiste en la activación de mecanismos de encarnación que engloban la simulación de acciones, emociones y sensaciones corporales, y que estos mecanismos son universales. Además proponen que también sentimos y encarnamos los gestos particulares implicados en la creación de la imagen que observamos. Los autores defienden el papel fundamental de la empatía en la experiencia estética, no como una mera intuición, sino que nosotros mismos como observadores sentimos lo que sienten aquellos que observamos, e imitamos internamente las acciones de aquellos. Los observadores automáticamente simulan la expresión emocional, el movimiento observado o incluso el movimiento implícito en la representación. Esta simulación ocurre no sólo ante trabajos figurativos, sino también ante formas arquitectónicas, como por ejemplo una columna retorcida. En el caso de pinturas abstractas, los observadores experimentan con frecuencia un sentido de implicación corporal con los movimientos que están implícitos en los trazos físicos del artista.

Nuestra capacidad para dar un sentido pre-racional de las acciones, emociones y sensaciones de los demás depende de la simulación encarnada, un mecanismo funcional mediante el cual las acciones, emociones o sensaciones que vemos activan nuestras propias representaciones internas de los estados corporales asociados con esos estímulos sociales, como si estuviéramos realizando la misma acción o experimentando una emoción o sensación similar. Este hecho sugiere que, aparte de la evaluación cognitiva que podamos hacer de estos estímulos, existiría un mecanismo más antiguo que nos permite una comprensión experiencial directa de los objetos y del mundo interior de los demás. Esta simulación encarnada parece tener lugar en las neuronas espejo. Según Freedberg y Gallese (2007), escritores como Hume o Adam Smith ya habían reflexionado sobre la imitación interna de los sentimientos y acciones de los demás, y diversos pensadores habían enfatizado la importancia de la empatía en la experiencia estética, destacando que las características de las imágenes producían determinadas respuestas físicas y sentimientos.

Con respecto a las acciones, en estudios con macacos se ha observado que se activaban las mismas neuronas cuando una acción se ejecutaba que cuando se observaba. Posteriormente, se ha observado en humanos que la observación de una acción (también la observación de una imagen estática que representa una acción), especialmente acciones dirigidas a un objetivo, también llevaba a la activación de las mismas redes neuronales que están activas durante su ejecución. También se ha visto que las neuronas espejo se activan con acciones que están implícitas, en donde su final no es observable. De esta manera, permiten la comprensión de las acciones y también de las intenciones que subyacen a las acciones de los demás a través de una simulación encarnada al activar la representación motora de la misma acción, incluso cuando su final está sólo implícito. En relación a los objetos estáticos, la observación de objetos que pueden ser manipulados como herramientas, frutas, vegetales o ropa, activa el córtex premotor ventral,

una región del cerebro implicada en el control de la acción, de nuestra interacción con ese objeto, y no en la representación de objetos. Con respecto a las emociones y las sensaciones, los autores afirman que también en este caso se activan los mismos circuitos en los observadores y en los observados. En definitiva, las respuestas empáticas automáticas se producen por esta simulación encarnada que permite la comprensión experiencial de las intenciones y emociones representadas en las imágenes.

En conclusión, a partir de los estudios de neuroimagen podemos ver que efectivamente parece existir una base neuronal común a los juicios estéticos y los juicios morales, lo que apoyaría en cierta manera la relación entre belleza y bien (o excelencia moral) expresada por numerosos pensadores a lo largo de la Historia. A grandes rasgos, el factor común parece ser la actividad del córtex orbitofrontal, implicado en los juicios de belleza, en los juicios de excelencia moral y en el procesamiento de recompensa y estímulos positivos como imágenes, sabores y música, así como, según parece, el amor materno. Este hallazgo refleja también la idea de que la belleza y la excelencia moral despiertan el amor y el afecto hacia el objeto apreciado, tal y como muchos filósofos y poetas habían sugerido previamente, como por ejemplo Platón en la ascensión de Diotimia. Asimismo, la ABE parece implicar procesos racionales a nivel consciente, pero también los sistemas que nos mantienen vivos, que regulan el funcionamiento de nuestro cuerpo. Por último, el papel de las neuronas espejo resalta la importancia de la empatía y la simulación encarnada de acciones, emociones y sensaciones corporales en la ABE, y podría explicar la identificación del yo con el no-yo en la experiencia estética que decían los filósofos.

En el siguiente apartado revisamos algunas teorías evolucionistas que podrían darnos pistas de por qué podría haber evolucionado la ABE y de si podría tener alguna función adaptativa.

#### **2.4.4. Teorías evolucionistas**

Algunas teorías evolucionistas podrían ser relevantes para la ABE. Por un lado estarían las llamadas teorías evolucionistas en sentido estricto (Bechtel, 2002; citado en Nadal *et al.*, 2009), que consideran que la apreciación estética es un mecanismo cognitivo específico dedicado a la realización de una única función y que apareció como respuesta adaptativa al entorno en el que vivieron nuestros antepasados en el Pleistoceno. Por otro lado, otras teorías consideran que la preferencia estética es el resultado de la interacción de múltiples procesos, ninguno de los cuales está necesariamente dedicado a esta facultad de manera exclusiva, algunos de los cuales serían el resultado de episodios evolutivos que ocurrieron en algún momento de la evolución del linaje humano, mientras que otros habrían sido heredados de distantes antepasados primates (Nadal *et al.*, 2009).

Dentro de las teorías evolucionistas de la estética en sentido estricto existen dos grandes categorías: las teorías de selección natural, centradas en las soluciones a los problemas de la

supervivencia, y las teorías de selección sexual, centradas en las soluciones a los problemas sociales y reproductivos (Feist, 2007).

Las teorías de selección natural recogen explicaciones que se centran en el *arousal* y la habituación así como en las necesidades de seguridad, supervivencia y orden. El principal argumento de estas teorías es que las personas prefieren sensaciones y percepciones que parecen seguras y ordenadas, que en última instancia tienen un valor de supervivencia. El arte y las preferencias estéticas no son una excepción. Orians (2001) sostiene que hemos desarrollado ciertas preferencias hacia determinados tipos de entornos ancestrales relacionadas con problemas básicos de supervivencia como seguridad, adquisición de comida, cobijo, elección de parejas para la reproducción, protección y estatus. Nuestra preferencia por lo bello se desarrolló como respuesta a estos problemas básicos de supervivencia. Según Orians (2001), los seres humanos experimentan fuertes respuestas emocionales ante los organismos vivos y los entornos, sean éstos naturales o modificados por el hombre. Estas emociones influyen en cómo las personas reaccionan ante la naturaleza y en cómo intentan manipularla.

Los comportamientos adaptativos requieren una atención selectiva a componentes del entorno que influyen de manera potente en la adecuación (*fitness*). Para ello contamos con unos filtros que utilizan un conocimiento almacenado a través de la evolución que nos permite construir hipótesis capaces de describir y comprender el mundo externo. En este sentido, las respuestas estéticas son fundamentales para las maneras en las cuales los organismos conocen y se adaptan al mundo. Para Orians, la belleza no es una propiedad intrínseca de los objetos, sino que es el producto de la interacción entre las características de los objetos y del sistema nervioso humano, que evolucionó de tal manera que consideramos bellos aquellos objetos que implican una mejora en algún aspecto de la vida si respondemos de manera positiva hacia ellos (Appleton, 1975; citado en Orians, 2001). De la misma manera, consideramos feos aquellos objetos que deberían ser evitados, modificados o destruidos. Así, Orians propone que la belleza debería ser estudiada desde un punto de vista funcional y que deberíamos tratar de responder a la pregunta "¿cómo las respuestas emocionales ante la belleza nos ayudarán a resolver los problemas?"

Aunque la información que puede resultar importante para resolver los problemas puede variar con el tiempo, el lugar, la edad y las necesidades del individuo, los problemas básicos que las personas intentan resolver caerían dentro de las siguientes categorías: seguridad, adquirir comida en cantidad y calidad suficientes, encontrar un lugar donde vivir y elegir buenos compañeros para la reproducción, la búsqueda de alimentos, la protección y para ganar estatus social. Por ello, los estímulos que indican la presencia de comida, agua, cobijo y protección de depredadores generalmente evocan respuestas positivas. Por ejemplo, la perspectiva evolucionista sugiere que las flores evocan fuertes emociones positivas porque se han asociado con comida. Debido a que las flores preceden a las frutas, plantas con flores proporcionan una señal excelente del momento y lugar de recursos futuros.

Si las respuestas estéticas han evolucionado porque permitían a las personas resolver mejor sus problemas, la exposición a entornos de alta calidad debería ser reconfortante, esto es, debería reducir la tensión y el estrés. De hecho, la reducción del estrés surge consistentemente

como uno de los principales beneficios de estar en la naturaleza, la cual se asocia frecuentemente con la belleza (Cohen *et al.*, 2010). En el apartado siguiente profundizaremos en este tema.

En relación a la apreciación de la excelencia, quizá ésta evolucionó para fomentar la cooperación, lo cual ayudaría a los grupos a sobrevivir. Los seres humanos han desarrollado un sistema neurocognitivo que evalúa la capacidad cooperativa de los demás (Price, 2006), y la evidencia empírica sugiere que las personas cooperarán más con aquellos a los que han visto cooperar con otros (Wedekind & Milinski 2000; Milinski, Semmann & Krambeck, 2002) (citados en Takahashi *et al.*, 2008).

Otra teoría que podría relacionarse con la apreciación de la excelencia es la teoría evolucionista del prestigio de Henrich y Gil-White (2001). Según los autores, el prestigio evolucionó para mejorar la calidad de la información adquirida a través de la transmisión cultural. La selección natural favoreció a aquellos aprendices sociales que eran capaces de evaluar los potenciales modelos y copiar a los mejores, es decir, personas que apreciarían la excelencia en los demás. Estos aprendices sociales sentían admiración y deseos de proximidad con la persona prestigiosa y se sentían motivados a desarrollar una relación con la persona prestigiosa para maximizar el aprendizaje y compartir su prestigio.

Las teorías evolucionistas basadas en la selección sexual enfatizan la adecuación (*fitness*) y el valor de la pareja (Feist, 2007). Las respuestas estéticas tienen influencia en las interacciones sociales. Las personas encuentran estéticamente agradables los objetos simétricos, incluyendo caras y cuerpos humanos, mientras que la asimetría suele provocar respuestas emocionales negativas. Responder positivamente a la simetría puede ser adaptativo porque los animales simétricos funcionan mejor físicamente que los asimétricos. Además, los individuos asimétricos pueden tener defectos genéticos que podrían ser transmitidos a la descendencia o ciertas enfermedades que podrían contagiar. Por lo tanto, al evitar a los individuos asimétricos como pareja, las personas tendrían una mayor probabilidad de mejorar la calidad de su descendencia y de evitar enfermedades. Es interesante destacar que la respuesta estética positiva a la simetría se desarrolló mucho tiempo antes de que los seres humanos supieran de la existencia de microorganismos y de las causas de las enfermedades. Muchas otras señales de la belleza de los seres humanos también funcionan como indicadores de adecuación como la altura, los indicadores faciales de niveles de hormonas sexuales, la musculatura de la parte superior del cuerpo de los hombres, y la razón cintura-cadera de las mujeres (Etcoff, 1999; Gangestad & Thornhill, 1997; Manning, Scutt, Whitehouse, & Leinster, 1997; Thornhill, 1998; Thornhill & Grammer, 1999; citados en Miller, 2001).

En relación a la apreciación de la excelencia de otros individuos, Miller (2001) explica la función adaptativa de un tipo concreto de excelencia, la creatividad y la capacidad artística, pero su idea podría aplicarse a cualquier tipo de excelencia. Según Miller (2001), la creatividad y la capacidad artística han evolucionado a través de la selección sexual porque son signos fiables de adecuación genética, física y mental (buenos genes, buena salud y buen cerebro), y por ello se consideran atractivos por parte de los miembros del sexo opuesto. De esta manera, la ABE habría evolucionado como una parte funcional de la cognición social y sexual. Los rasgos

comportamentales que demuestran excelencia serían buenos indicadores de adecuación, y la apreciación de la excelencia podría haber evolucionado para centrarse en estos comportamientos complejos y exigentes que amplificarían las diferencias entre individuos, facilitando la tarea de elegir pareja.

En definitiva, la ABE podría ser el resultado de la interacción de múltiples procesos que sirven a otras funciones o podría haber evolucionado por cumplir una función adaptativa determinada. Según las teorías de selección natural, la ABE habría ayudado a los organismos a identificar los entornos más adaptativos, y podría haber favorecido conductas morales y cooperativas entre individuos. Es posible que las personas altas en ABE refuercen la conducta de las personas excelentes mediante su aprobación, elogios y emociones positivas hacia ellas, además de querer asociarse con ellas. Además, la ABE podría fomentar la excelencia en general si las personas que aprecian la excelencia se sienten motivadas a alcanzarla ellos también. Por último, la ABE podría haber fomentado la maximización del aprendizaje y la transmisión de información. Por otro lado, según las teorías de la selección sexual, además de la belleza física, las capacidades extraordinarias y virtudes de los individuos (la excelencia) podrían haber servido como indicadores fiables de buena salud, buen cerebro y buenos genes, y la ABE sería ventajosa porque ayudaría a identificar las mejores parejas.

#### **2.4.5. Psicología ambiental**

En este apartado tratamos brevemente los efectos beneficiosos de ciertos entornos y estímulos ambientales sobre el bienestar de las personas ya que podrían estar relacionados con la apreciación de la belleza. Como hemos visto, la naturaleza parece ser la principal fuente de experiencias de belleza (Cohen *et al.*, 2010) por lo que conocer los efectos de la naturaleza sobre el bienestar puede ser relevante para comprender mejor los posibles efectos de la apreciación de la belleza. Bowler, Buyung-Ali, Knight y Pullin (2010) revisaron varios estudios sobre los efectos de la exposición a ambientes naturales sobre la salud y concluyeron que los entornos naturales pueden tener un efecto directo y positivo sobre el bienestar. Los resultados más consistentes a través de los distintos estudios, controlando el hecho de si los participantes llevaban a cabo alguna actividad en la naturaleza como, por ejemplo, hacer ejercicio físico, parecía tener que ver con un descenso de las emociones negativas, como la ira y la tristeza, y un incremento de la atención.

Existen varias teorías sobre los efectos beneficiosos de determinados entornos. Por ejemplo, Kaplan y Kaplan (1989; citado en Bowler *et al.*, 2010) proponen la teoría de la restauración de la atención, que sugiere que la naturaleza ofrece la posibilidad de percibir unos estímulos particulares que permiten la restauración de la fatiga atencional cuando las personas han llevado a cabo tareas cognitivas que requieren un mantenimiento prolongado de la atención dirigida. Las características de los entornos naturales restauradores (Kaplan, 1995), que facilitarían la restauración de la atención dirigida son:

1. Producen fascinación, por lo que atraen la atención sin esfuerzo, pero una fascinación suave.
2. Favorecen la desconexión de los asuntos cotidianos mediante la sensación de estar lejos.
3. Tienen un gran alcance (físico o conceptual), es decir, ofrecen lo bastante que ver, experimentar y en lo que pensar para ocupar bastante parte de la capacidad mental.
4. Son compatibles con los propósitos e inclinaciones propios.

Otra teoría complementaria es la teoría propuesta por Ulrich (1983; citado en Bowler *et al.*, 2010), quien sigue la línea evolucionista de Orians (2001), en donde la naturaleza puede reducir el estrés psicofisiológico a través de respuestas innatas, adaptativas, a las características de los entornos naturales tales como los espacios abiertos, o la presencia de pautas o de una estructura perceptiva. La percepción de estas características provocaría reacciones emocionales positivas relacionadas con la seguridad y la supervivencia.

Otra teoría que merece atención es la teoría de la biofilia, formulada por Wilson (1984; citado en Mayer & Frantz, 2004), que propone que las personas tienen una necesidad biológica de afiliarse y sentirse conectadas con el mundo natural. Un argumento similar sería la necesidad de los humanos de pertenecer a un grupo (p.ej., Baumeister & Leary, 1995). Desde la perspectiva de la biofilia, los límites del “grupo” se ampliarían hasta llegar a incluir a todo el mundo natural. Desde esta perspectiva, sentirse en conexión con la naturaleza tendría importantes beneficios psicológicos. De hecho, Mayer y Frantz (2004) encontraron una relación significativa entre el sentimiento de conexión con la naturaleza y satisfacción con la vida.

Otros autores han enfatizado explícitamente el valor de la belleza en los efectos restauradores de la naturaleza. Nasar (1997) sugiere que la experiencia estética es restauradora en sí, y que podría mediar los efectos restauradores de la naturaleza (citado en Han, 2010). De hecho, algunos estudios sugieren que, efectivamente, la belleza percibida de determinados entornos podría estar relacionada con sus efectos restauradores. Han (2010) encontró correlaciones muy altas entre medidas de restauración percibida de ciertos entornos naturales y su belleza escénica, definida como la evaluación perceptiva en respuesta a los atributos visuales de un paisaje. Galindo e Hidalgo (2005) también encontraron apoyo a esta idea, aunque esta vez en el caso de escenas urbanas, en donde restauración percibida y ciertas cualidades estéticas de los sitios estaban correlacionadas de manera significativa. En otro estudio, Dijkstra, Pieterse y Pruyn (2008) mostraron unas imágenes de habitaciones de hospital y pidieron a los participantes que imaginaran que eran hospitalizados. Aquellos participantes a los que se les mostraron imágenes de habitaciones con plantas mostraron menos niveles de estrés en comparación con aquellos que vieron habitaciones sin plantas, y esta relación estaba mediada por lo atractiva que les parecía la habitación. De manera similar, White y Gatersleben (2011) observaron que los edificios con ciertas plantas integradas en su estructura eran considerados más bonitos, tenían un mayor poder restaurador y tenían cualidades afectivas más positivas.

Otro tipo de estímulos ambientales, como la música, también se ha asociado con cambios positivos en los estados emocionales (Evans, 2002; Garlin & Owen, 2006; citados en Dijkstra,



2009). Algunos estudios sugieren un posible papel de la belleza en la relación entre estímulos musicales y diversos resultados positivos, aunque los estudios no han evaluado específicamente la belleza de la música sino aspectos que podrían estar relacionados. Por ejemplo, Mitchell y MacDonald (2006) observaron que los participantes que escuchaban su música preferida toleraban mejor el dolor en comparación con personas que escuchaban música relajante o que no escuchaban música. En otro estudio, North, Tarrant y Hargreaves (2004) observaron que escuchar música que se consideraba positiva (*uplifting*) conducía a los participantes a mostrarse más dispuestos a ayudar en unas tareas en comparación con los participantes que escucharon una música percibida como molesta.

En definitiva, el entorno que nos rodea influye en nuestro bienestar y precisamente la ABE tiene que ver con prestar atención y responder de manera positiva a determinados estímulos del entorno. La naturaleza parece restaurar la atención y mejorar el estado de ánimo, sobre todo por la reducción de emociones negativas, y estos efectos podrían estar mediados por su belleza. De hecho, estos efectos positivos también se han observado en determinados entornos urbanos que eran considerados estéticos. En general, parece existir un cierto solapamiento entre las experiencias con determinados entornos (p.ej., la naturaleza) y la ABE. Las características de los entornos restauradores también se dan en la ABE: la fascinación producida por la belleza y la excelencia, su capacidad para absorber nuestra atención, la sensación de estar en otro mundo y la desconexión de los asuntos cotidianos, y la belleza y la excelencia como estímulos ricos en información. Asimismo, las teorías evolucionistas (p.ej., Ulrich, 1983) comparten con las explicaciones neurocognitivas de la experiencia estética la idea de que el cerebro está preparado para detectar determinados estímulos en el entorno que son adaptativos, razón por la que éstos resultan reforzantes.

#### **2.4.6. Valores**

Desde una perspectiva sociológica, la belleza se ha considerado un valor universal. En principio las fortalezas y los valores no son lo mismo porque las fortalezas son rasgos, mientras que los valores representan las cosas que para uno son importantes. No obstante, la ABE implica dar un valor a la belleza y a la excelencia. Por lo tanto, en este caso, valor y fortaleza se solapan en cierta medida.

Diversos autores (p.ej., Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 2005) han estudiado los valores básicos que los seres humanos reconocen en todas las culturas. Si bien los valores son universales, existen diferencias individuales en la prioridad que las personas dan a los distintos valores y en los comportamientos y actitudes que se derivan de tenerlos. Según la teoría de los valores de Schwartz (1992, 2005), que recoge aspectos que están implícitos en otras teorías, los valores tienen seis características:

1. son creencias unidas inextricablemente al afecto,
2. se refieren a objetivos deseables que motivan el comportamiento,

3. trascienden acciones y situaciones específicas,
4. sirven como referencia a la hora de elegir o valorar las acciones o las personas,
5. se ordenan según la importancia que tengan para la persona, y
6. esta relativa importancia que se dé a unos valores sobre otros guía el comportamiento de las personas.

La razón por la que los valores se consideran universales es porque de alguna manera ayudan a los individuos a satisfacer los requerimientos de la existencia humana. De entre los diez valores que Schwartz propone, uno de ellos es especialmente relevante para la ABE. Este valor es el universalismo, que tiene que ver con la comprensión, el aprecio, la tolerancia y la protección del bienestar de toda la humanidad y de la naturaleza. Incluye aspectos como valorar un mundo de belleza, tanto en el arte como en la naturaleza, y un mundo de paz. Este valor se relaciona en gran medida con otros dos valores, (1) la benevolencia, relacionada con la preocupación por el bienestar de las personas cercanas a uno, derivado de la necesidad de un funcionamiento fluido del grupo y de la necesidad de afiliación, y (2) la auto-dirección, relacionado con un pensamiento y acción independientes, la exploración, la apertura al cambio, y está relacionado con necesidades de control y dominio.

Es muy posible que la ABE se relacione sobre todo con el universalismo, especialmente la apreciación de la belleza y también la apreciación de la excelencia moral, por lo de valorar un mundo en paz. Si se aprecia el comportamiento moral de las personas hacia otros cabe pensar que uno valoraría esa armonía del mundo. Con respecto a la apreciación de la excelencia no moral, es posible que se relacione también con la auto-dirección. Como vimos en la teoría de la evolución del prestigio, la persona que aprecia la excelencia no moral de los demás quiere aprender de ellos para situarse ellos mismos más cercanos a la excelencia, lo que implicaría un mayor control y dominio.

Los valores se sitúan a lo largo de dos dimensiones ortogonales, una definida por los polos de auto-trascendencia y auto-promoción, y otra definida por los polos de conservación y apertura al cambio. El polo de conservación estaría relacionado con valores relativos al afrontamiento del estrés producido por la incertidumbre, así como objetivos relacionados con la prevención de pérdidas. En cambio, el polo de apertura al cambio estaría relacionado con valores libres de ansiedad y con la promoción de objetivos de ganancia. El valor de universalismo se situaría en el polo de apertura al cambio. Con respecto a la dimensión de auto-trascendencia y auto-promoción, el universalismo estaría más cercano al polo de la auto-trascendencia, relacionado con la preocupación por los intereses de los demás, pero también, aunque en menor medida, con la auto-promoción, relacionada con los propios intereses.

El valor de universalismo aumenta con la edad, parece que es más importante para las mujeres, aunque la diferencia es pequeña, mantiene una relación no lineal con la educación, de manera que comienza a incrementarse en los últimos años de la educación secundaria y se incrementa de manera pronunciada en personas con estudios universitarios, y no tiene ninguna relación con el salario. Además, el universalismo predice diversos comportamientos como

conductas cooperativas, votar a partidos de centro-izquierda y activismo político, y menos oposición a la inmigración (Schwartz, 2006). Asimismo, los resultados de un meta-análisis han mostrado que el universalismo está relacionado con índices de bienestar individual y social como la contribución social, el crecimiento personal y el propósito en la vida (Bilbao, Techio & Páez, 2007). Dada la posible relación entre ABE y el valor de universalismo (y en menor medida benevolencia y auto-dirección) es interesante tener en cuenta las relaciones de estos valores con otros constructos, porque pueden iluminar de alguna manera sus relaciones con la ABE.

#### **2.4.7. Psicología de la personalidad**

Quizá el antecedente más claro de la ABE como rasgo de personalidad se encuentra en Abraham H. Maslow. En su obra *El hombre autorrealizado* (1968/2007), Maslow describe las experiencias cumbre, dentro de las cuales incluye la experiencia de la paternidad/maternidad, la experiencia mística, el momento creativo, la comprensión intelectual súbita, la experiencia de la naturaleza o de la belleza, entre otras.

En las experiencias cumbre se da un tipo particular de conocimiento denominado el Conocimiento del Ser. Este conocimiento contrasta con la forma de conocimiento corriente, la cual está organizada según las necesidades deficitarias del individuo. Algunos de los valores o facetas del Ser son la totalidad, la perfección, la vida, la esencialidad, la belleza, la bondad, la benevolencia, la unicidad, la alegría o la verdad. Muchos de estos valores del Ser se corresponden con aquello que se percibía en las experiencias de ABE tal y como la describían los filósofos. Algunos de los valores que las personas estudiadas por Maslow usaban para describir al ser humano bueno, la totalidad, la unicidad y la vida, servían para describir una obra de arte buena, sugiriendo una vez más que lo que se percibe ante la belleza y la excelencia es en esencia lo mismo.

Según Maslow, todas las personas pueden experimentar estas experiencias cumbre en algún momento, pero hay un tipo de personas, aquellas que se están autorrealizando, que las experimentan con más frecuencia e intensidad. En estas personas se da la unidad de la trilogía tradicional de lo verdadero, lo bueno y lo bello, unidad que apenas se da en las personas neuróticas y sólo a medias en las personas normales. Este tipo de experiencias parecen darse más frecuentemente en las personas muy creativas, las personas muy religiosas y las que experimentan grandes intuiciones, como, por ejemplo, los artistas o los intelectuales.

En el Conocimiento del Ser, la experiencia del objeto tiende a ser vista como un todo global, abstraído de cualquier relación y utilidad. El objeto se percibe como único en su especie. El mundo se percibe en su propio Ser, como un fin en sí mismo, y no como un medio susceptible de ser utilizado o como algo frente a lo cual debemos reaccionar de un modo u otro. De esta manera se trascienden o resuelven muchas dicotomías, polaridades y conflictos, y la persona acepta el mundo y a las personas que percibe. Se acepta la realidad como algo que es, que no está a favor ni en contra del hombre. En este sentido, la percepción relativamente trasciende el ego, ignora sus propios deseos y necesidades, y se centra más en el objeto, volviéndose más altruista.

En contraste con el conocimiento normal, que es muy activo, y selecciona y elabora la información de acuerdo a sus intereses, el conocimiento del Ser es mucho más pasivo y receptivo, lo que posibilitaría un conocimiento más completo de aquello que se percibe, de manera que la persona tiene la sensación de que percibe el mundo con más claridad y de que puede captar su esencia. La experiencia cumbre es un estado de fascinación o absorción absoluta, en donde el objeto capta toda la atención, y en donde se modifica la vivencia del tiempo y del espacio.

Esta experiencia es sentida como un momento autovalidante y autojustificado que contiene en sí mismo su propio valor intrínseco. Numerosos escritores describen esta experiencia como tan valiosa que su ocurrencia ocasional da sentido a una vida. De hecho, entre las personas autorrealizadas que Maslow estudió, estas experiencias cumbre constituían uno de los momentos más importantes de sus vidas. La experiencia cumbre se experimenta siempre como buena y deseable, perfecta, completa y suficiente en sí misma. Es placentera y “gozosa” en un sentido ontológico. Se la podría considerar como pura alegría, pura satisfacción o júbilo. Maslow describe las experiencias cumbre como los momentos más felices y emocionantes, de mayor madurez, plenitud, en definitiva, según Maslow, los momentos más saludables.

Durante esta experiencia se desvanecen completamente, aunque de manera transitoria, el temor, la ansiedad, la defensa y el control. La desaparición del temor implica una mayor apertura. Se suele reaccionar con sobrecogimiento, admiración, asombro, humildad y hasta reverencia, exaltación y piedad. Estas experiencias no son planeadas o provocadas intencionalmente, por lo que las reacciones de sorpresa y sobresalto son comunes. Ocasionalmente se usa el término sagrado para explicar el tipo de reacción frente a ella. Puede llegar incluso a convertirse en adoración y otras reacciones que encajan perfectamente en un contexto religioso.

La persona experimenta un cambio y tiende a hacerse más integrada, espontánea, expresiva, animosa y capaz, características muy parecidas a los valores del Ser. Esto sugiere la existencia de una clase de paralelismo o isomorfismo dinámico entre lo interior y lo exterior. Es decir, así como el Ser esencial del mundo es percibido por la persona, ésta se aproxima a su propio ser (a su propia perfección). Este efecto interactivo parece ser válido en ambas direcciones, de manera que cuanto más se aproxima a su propio Ser o perfección, más le capacita esto para contemplar los valores del Ser en el mundo con mayor facilidad. Lo uno posibilita lo otro, de la misma manera que la depresión hace que el mundo parezca menos bueno y viceversa. Así, la persona y el mundo van adquiriendo mayor semejanza mutua a medida que ambos avanzan hacia la perfección. Puesto que el mundo interior y el exterior son hasta un cierto punto isomórficos y se “causan” mutuamente, la persona que se autorrealiza es más completa y final en sí misma, al igual que las experiencias cumbre son comprendidas como culminación. Por ello, las tensiones físicas y psicológicas propias de los problemas no resueltos, de las situaciones no consumadas, son incompatibles con la serenidad, la paz y el bienestar que acompañarían a las experiencias cumbre en tanto que experiencias de culminación.

Como acabamos de comentar, en las experiencias cumbre la persona se siente más integrada, con menos fricciones internas, y a medida que esta unidad aumenta, paradójicamente se hace más capaz de fundirse con el mundo, con lo que anteriormente no formaba parte del ego. Es decir, aunque pueda parecer paradójico, la mayor consecución de identidad, autonomía y conciencia de la propia personalidad, es a la vez una trascendencia del yo, un ir más allá y una superación de la propia personalidad.

La persona que tiene experiencias cumbres con frecuencia puede hacerse relativamente altruista, responsable de sus actividades y percepciones, libre de temores, dudas y autocríticas, por lo que se acepta mejor y se respeta a sí misma. Debido a su mayor autoconfianza y seguridad es más creativa y se adapta de manera flexible a las situaciones problemáticas. Por ello resulta más espontánea, expresiva, inocente, natural, incontrolada y extrovertida.

Después de las experiencias cumbre, las personas se sienten felices, afortunadas y agradecidas. Es común el sentimiento de gratitud hacia el propio Dios, la Naturaleza, el Destino, la gente, el mundo, o todo aquello que pueda haber contribuido a producir tal experiencia. Muchas veces este sentimiento de gratitud se expresa o conduce a un amor que lo abarca todo, personas y cosas, a una percepción del mundo como algo hermoso y bueno. A veces también conduce a impulsos por realizar algo bueno respecto a este mismo mundo, a un ansia de recompensar, incluso a un sentimiento de obligación.

Pueden suceder dos tipos de reacciones físicas. Una es de excitación y tensión, mientras que la otra es de relajación, paz, quietud y tranquilidad, diferencia en *arousal* que se corresponde con las distintas maneras en las que se puede experimentar la ABE. Maslow también describe que en algunos de los individuos que estudió se dio una desaparición completa de sus síntomas neuróticos de manera definitiva. Las personas pueden cambiar el concepto que tienen de sí mismas en una dirección saludable, así como el de otras personas y de sus relaciones con ellas, y del mundo o de algunos aspectos de él. Pueden facilitarle una mayor creatividad, espontaneidad, expresividad e idiosincrasia. La persona recuerda la experiencia como algo muy importante y deseable e intenta repetirlo. Desde que la persona ha adquirido una evidencia de la existencia de la belleza, la bondad, la verdad y la plenitud, siente que la vida en general merece la pena, aun cuando normalmente sea vulgar, gris, dolorosa o insatisfactoria. Es decir, la vida misma se ha justificado, y el suicidio y el deseo de muerte se hacen menos probables.

Tomando como referencia a Maslow, Haidt y Keltner (2004) sugieren que las personas con más tendencia a experimentar experiencias cumbre deberían ser menos racionales o materialistas. También sugieren que la capacidad para experimentar experiencias cumbre dependería de la situación de la persona en la jerarquía de necesidades. Los 4 niveles inferiores implican motivaciones para superar deficiencias: 1) fisiológicas, 2) de seguridad, 3) de pertenencia, y 4) de estima. Pero si una persona satisface o trasciende estas necesidades, entonces alcanza la fase más alta de la autorrealización, en donde la cognición pasa de ser Conocimiento-D (orientada a superar el déficit) a ser Conocimiento del Ser. El penúltimo nivel de la jerarquía es sobre necesidades de estima, que podría hacer a una persona envidiosa o competitiva ante la excelencia o éxito de otras personas. Una persona que es segura sobre su

persona, que no está preocupada con necesidades de estima, debería ser más capaz de alegrarse de y disfrutar las habilidades, talentos y virtudes de los demás.

Según hemos visto, la ABE implicaría estar abierto a la experiencia. Además de Maslow, Carl Rogers (1959, citado en Maddi, 1996) describe a la persona que está desarrollando sus potencialidades, a la persona saludable, como una persona abierta a la experiencia, lo que implicaría no tener defensas. Es más, según Rogers, estar abierto a la experiencia sería la condición natural del ser humano. Debido a que las personas que están desarrollando sus potencialidades se valoran y aceptan a sí mismas, son capaces de valorar y aceptar a los demás. Esta idea refuerza la propuesta de Haidt y Keltner de que una persona alta en ABE seguramente haya superado sus necesidades de estima y por ello será capaz de apreciar a los demás.

Maslow menciona que las experiencias cumbre, dentro de las cuales incluye la apreciación de la belleza de manera explícita (y opinamos que también podrían incluirse las experiencias de apreciación de la excelencia por su semejanza con los valores del Ser), justificaban la vida y la dotaban de un sentido. En relación a esta idea, Viktor E. Frankl (1964) propuso tres maneras en las que el hombre puede encontrar sentido a la vida. La primera tiene que ver con crear algo. La segunda tiene que ver con la actitud que adoptemos ante el sufrimiento. Por último, la tercera manera en la que podemos encontrar sentido a la vida es experimentando algo como la bondad, la verdad y la belleza, experimentando la naturaleza o la cultura, o experimentando otro ser humano en su unicidad, es decir, amar a otra persona.

En su descripción de la vida en el campo de concentración, Frankl narra diversos episodios en los que la apreciación de la belleza ayudaba a los prisioneros a tolerar las terribles circunstancias. Según él, a medida que la vida interior del prisionero se hacía más y más intensa, éste experimentaba la belleza como nunca antes, y bajo su influencia uno llegaba a olvidarse de sus circunstancias. A continuación se cita un fragmento del libro *Man's Search for Meaning* (1964):

Si alguien hubiera visto nuestras caras en el viaje de Auschwitz a un campo de Baviera mientras contemplábamos las montañas de Salzburgo, con sus cumbres brillando en la puesta del sol, a través de las pequeñas ventanas con barrotes del vagón prisión, nunca hubiera creído que aquéllos eran los rostros de hombres que habían renunciado a toda esperanza de vida y libertad. A pesar de ese factor - o quizás debido a él – nos dejamos llevar por la belleza de la naturaleza, la cual habíamos echado en falta durante tanto tiempo (p. 59).

McCrae y Costa (1985) incluyen en su modelo de los cinco factores la apertura a la experiencia y, dentro de este factor, la apertura a la estética. La ABE y la apertura a la experiencia, en concreto a la estética, parecen estar muy relacionadas. La apertura a la experiencia se refiere a la búsqueda activa y apreciación de experiencias por sí mismas, y la faceta de estética está relacionada con el aprecio por el arte y la belleza en concreto. Recientemente se han comenzado a estudiar las diferencias individuales en la tendencia a experimentar escalofríos como reacción

emocional ante la belleza que, según McCrae (2007), es el indicador más importante de la apertura a la experiencia. De hecho, Silvia y Nusbaum (2011) encontraron que esta tendencia a experimentar escalofríos ante trabajos artísticos se relacionaba con apertura a la experiencia, con la tendencia a sentirse conmovido y absorbido ante el arte, y con conocimiento sobre arte, evaluado con autoinforme. Con respecto a esta relación con conocimiento artístico, los autores sugieren que podría deberse a que las personas que mostraban más conocimiento sobre arte seguramente tienen más y más profundos encuentros con el arte, aumentando las posibilidades de experimentar escalofríos.

En conclusión, la ABE parece estar relacionada con la autorrealización, la apertura a la experiencia y el sentido de la vida. Las experiencias cumbre, que incluyen experiencias de ABE, se caracterizan por un modo característico de procesar la realidad, más pasivo y receptivo. Se describen como momentos de máxima felicidad y plenitud, en los que las necesidades y los temores desaparecen. Se produce una auto-trascendencia, se da un sentimiento de unión y una identificación simbólica con lo que se percibe, el Ser o realidad, y se adoptan sus valores de belleza, bondad o perfección, relacionados con lo divino o sagrado. Asimismo, se experimentan emociones auto-trascentes de distinto *arousal*, y tiene una serie consecuencias positivas como, por ejemplo, la motivación por hacer cosas buenas por el mundo. A raíz de estos planteamientos podría sugerirse que quizá la ABE sea una característica de personas con una buena salud mental, de personas que están siguiendo el curso natural del ser humano que es desarrollar las propias potencialidades. En el siguiente apartado nos centraremos más en las emociones concretas que se experimentan ante la belleza y la excelencia.

#### **2.4.8. Psicología de la emoción**

Antes de que Haidt y Keltner (2004) escribieran el capítulo sobre la ABE en el manual de Peterson y Seligman, muy pocos autores habían reparado en las emociones que suelen surgir ante la ABE. Darwin (1872/1965) consideró el asombro (*astonishment*) una emoción cercana al sobrecogimiento (*awe*) y una respuesta potencial a la belleza, pero se centró especialmente en cómo el terror puede provocar esta emoción. Investigadores más recientes sugirieron la existencia de un estado diferenciado parecido al sobrecogimiento con una expresión, fisiología y experiencia únicas (Ekman, 1992; Lazarus, 1991). Quizá las observaciones más importantes sobre este estado las realizó Frijda (1986), quien trató la sensación de asombro (*wonder*)<sup>13</sup>, de maravillarse, caracterizada por la tendencia a estar abierto y recibir pasivamente los estímulos del ambiente (autores citados en Haidt & Keltner, 2004).

---

<sup>13</sup> *Wonder* tiene como sinónimos en inglés a *admiration* (admiración) y *awe* (sobrecogimiento): <http://thesaurus.com/browse/wonder>).

Según Haidt y Keltner (2004), la ABE tendría que ver con la tendencia a experimentar emociones auto-trascendentes producidas por la percepción frecuente de belleza y excelencia. Según dichos autores, las emociones características de la ABE serían las relacionadas con el asombro: el sobrecogimiento (*awe*), la elevación (*elevation*) y la admiración (*admiration*). Aunque probablemente en la realidad estas emociones aparezcan mezcladas ante la belleza y la excelencia, se ha propuesto que en los casos más fuertes la emoción de sobrecogimiento aparecería ante la belleza, la elevación ante las manifestaciones de bondad y otras fortalezas (excelencia moral), y la admiración ante las manifestaciones de talento y habilidades de las personas (excelencia no moral). A continuación se citan varios estudios relacionados con estas tres emociones.

La emoción de sobrecogimiento, según Keltner y Haidt (2003), surge prototípicamente ante estímulos enormes (perceptiva o conceptualmente) que son difíciles de acomodar en las estructuras mentales del sujeto en ese momento. La enormidad puede referirse a espacio físico, tiempo, número, complejidad del detalle, habilidad, o incluso al volumen de la experiencia humana. Lo que es fundamental es que el estímulo expanda el marco de referencia normal del observador en alguna dimensión o dominio. Los autores proponen la emoción de sobrecogimiento como prototipo de una familia de emociones relacionadas (en donde se incluirían la admiración y la elevación), de manera que distintas evaluaciones periféricas del estímulo aportan componentes adicionales de significado, matizando la emoción de sobrecogimiento y su fenomenología. Estas evaluaciones periféricas estarían relacionadas con la percepción de amenaza, belleza, habilidad excepcional, virtud y lo sobrenatural.

Basándose en el trabajo de sociólogos como Weber o Durkheim, los autores sugieren que el sobrecogimiento evolucionó como una respuesta adaptativa a los líderes en la jerarquía social. Asimismo, sugieren que el sobrecogimiento podría tener un poder transformador muy profundo en las personas, quienes tras experimentarlo adoptarían nuevos valores y objetivos que van más allá de ellos mismos, que tienen que ver con objetivos colectivos y no tanto con objetivos individuales. Basándose en el trabajo de Burke sobre lo sublime, que se caracterizaría por la percepción de poder y oscuridad, los autores sugieren que lo sublime provocaría sobrecogimiento, mientras que objetos más pequeños o agradables producirían amor y se relacionarían más con la experiencia de lo bello.

Shiota, Campos y Keltner (2003) identificaron la expresión facial del sobrecogimiento, caracterizada por subir la parte interior de las cejas, ojos muy abiertos, y boca abierta, con la mandíbula ligeramente caída, así como un ligero movimiento de la cabeza hacia delante y una inhalación visible. Según los autores, esto favorecería el procesamiento cognitivo complejo que caracteriza el sobrecogimiento.

Shiota, Keltner y Mossman (2007) efectuaron una serie de experimentos sobre el sobrecogimiento. En el primero observaron que los estímulos que provocaban sobrecogimiento estaban más relacionados con la naturaleza, el arte/música y, en alguna ocasión, con los logros de otra persona, en comparación con los estímulos que provocaban felicidad, que estaban más relacionados con situaciones sociales. Es decir, el sobrecogimiento estaría más relacionado con



estímulos ricos en información que con la interacción social. Cuando se preguntó a los participantes, tras revivir una situación de sobrecogimiento, qué actividad harían durante la hora después del estudio, éstos expresaron que les gustaría pasar tiempo en la naturaleza o realizar una actividad creativa.

En un segundo estudio se pidió a los participantes que recordaran una ocasión reciente en la que se encontraron una escena natural muy hermosa. En comparación con los que describieron situaciones en las que se sintieron orgullosos, las emociones descritas fueron sobrecogimiento, amor, éxtasis y una satisfacción llena de paz (*contentment*), se sintieron pequeños o insignificantes, sintieron la presencia de algo más grande que ellos, se olvidaron de sus preocupaciones del día a día, se sintieron conectados con el mundo alrededor y no querían que la experiencia terminara.

En el tercer estudio observaron que las personas con tendencia a experimentar sobrecogimiento tenían menos necesidad de cierre cognitivo, es decir, se sienten cómodas revisando sus esquemas mentales actuales o reconociendo que las estructuras mentales que tenían podían no ser adecuadas a la ocasión. Además, la necesidad de cierre cognitivo no se asociaba con otras disposiciones a emociones positivas aparte de sobrecogimiento. Asimismo, observaron que las personas con tendencia a experimentar sobrecogimiento ponían el énfasis en categorías de pertenencia “universal” al definir su autoconcepto. Este resultado fue replicado en un cuarto estudio, en donde el sobrecogimiento fue inducido experimentalmente.

En otro estudio, Griskevicius, Shiota y Neufeld (2010) encontraron que el sobrecogimiento reducía la persuasión producida por unos mensajes, consistente con la idea de los autores de que la emoción de sobrecogimiento aumenta el procesamiento sistemático y la acomodación de información, y por tanto debería llevar a un mayor escrutinio de la información.

Saroglou *et al.* (2008) observaron en dos experimentos que la inducción de sobrecogimiento incrementaba el nivel de religiosidad y espiritualidad. Van Cappellen y Saroglou (2011) evaluaron en dos experimentos el papel de la emoción de sobrecogimiento (como emoción positiva y auto-trascendente) en relación a los sentimientos e intenciones comportamentales relacionados con la religión y la espiritualidad. Los autores observaron que sólo cuando se inducía el sobrecogimiento (emoción positiva auto-trascendente), pero no cuando se inducían orgullo y diversión (emociones positivas no auto-trascendentes, centradas en el yo), los participantes religiosos o espirituales expresaban la intención de viajar a un destino espiritual en vez de a un destino hedónico, y experimentaban sentimientos de unión con los amigos y con la humanidad en general. Según los autores, estos resultados ofrecerían evidencia del poder transformador del sobrecogimiento.

Konečni (2005) propone el sobrecogimiento estético, el sentirse conmovido y los escalofríos como las respuestas prototípicas ante lo sublime. El autor recurre a la importancia del contexto asociativo de la persona para explicar por qué ciertos estímulos conmueven a unas personas y otros no. Según él, lo que hará que un estímulo conmueva al que lo percibe son las asociaciones que la persona activa ante ese estímulo. Por otro lado, sugiere una serie de factores no estéticos que contribuirán a que la persona se conmueva ante estímulos que son, según el

autor, objetivamente bellos. Uno de esos factores sería el sentimiento de vencer el miedo asociado a la muerte, por ejemplo, cuando un cielo estrellado le invoca a uno la infinitud del cosmos y la relatividad y continuidad de la vida. Otro de los factores sería la solución a un problema complicado. Según el autor, cuando se ha solucionado un problema importante, de pronto todo alrededor parece hermoso, como si la paz interior armonizara con aquello que se percibe. Por último, otro de los factores sería el estar enamorado.

Como hemos visto, la elevación y la admiración se consideran parte de la familia del sobrecogimiento (Keltner & Haidt, 2003) y, por tanto, surgirían ante situaciones difíciles de acomodar en los esquemas mentales de la persona, en concreto, ante la excelencia moral y la excelencia no moral de otras personas, respectivamente. Algoe y Haidt (2009) sugieren que las emociones de elevación y admiración estarían mediando los efectos motivacionales de la apreciación de la excelencia moral y no moral, respectivamente.

La elevación<sup>14</sup> es la emoción que surge ante manifestaciones de excelencia moral, es decir, manifestaciones de bondad y virtud (Haidt, 2000). Haidt (2003) propone una tercera dimensión social (junto a solidaridad y jerarquía), relacionada con la moralidad, definida por un continuo vertical en donde el polo superior sería la pureza y el inferior la degradación. La elevación sería la emoción que sentirían las personas cuando perciben a otros haciendo algo que les hace subir en esa dimensión, hacia el polo de la pureza, en donde lo divino y lo humano se difuminan. Haidt (2003) realizó una serie de entrevistas y observó que los participantes, al ver actos moralmente excelentes, tenían un sentimiento placentero, a veces acompañado de una sensación de calidez en el pecho, y sentían el deseo de realizar buenas acciones ellos también. Esta descripción concuerda con la idea de Eliade (1957, citado en Pargament & Mahoney, 2005) de que la persona al imitar el comportamiento que considera divino se sitúa a sí misma más cercana a los dioses, es decir, a lo real y significativo.

Silvers y Haidt (2008) observaron que las madres en periodo de lactancia que vieron un vídeo sobre acciones morales eran más tendentes a realizar conductas de cuidado hacia sus bebés y producían más leche en comparación con las que vieron unos vídeos divertidos. Los autores sugieren que la emoción de elevación podría implicar la producción de oxitocina, hormona asociada a la lactancia y la afiliación, que surge cuando las personas perciben señales de confianza (Zak, Kurzban, & Matzner, 2005, citado en Aquino, McFerran & Laven, 2011). Este resultado concuerda con el hallazgo de que en los juicios de excelencia moral se activan áreas del cerebro que también se relacionan con el amor materno (Bartels & Zeki, 2004).

Algoe y Haidt (2009) realizaron varios estudios para comprobar que las emociones producidas por la excelencia de los demás (elevación y admiración) eran distintas de la felicidad

---

<sup>14</sup> El nombre de “elevación” ha sido propuesto por Haidt (2000), basándose en que cuando las personas ven actos de excelencia moral se sienten más altos en la dimensión social vertical de pureza-degradación. Además, al describir la emoción de elevación, Haidt se basa en los escritos de Thomas Jefferson, quien describió la reacción ante la excelencia moral como experimentar “sentimientos elevados”. No obstante, el término específico de “elevación” nunca ha aparecido como una de las emociones descritas por los participantes en los estudios realizados sobre la respuesta emocional ante la excelencia moral. Parece ser que las personas tienen dificultad para etiquetar las emociones que sienten ante la excelencia moral más allá de términos como “bien”, “feliz” o “conmovido” (Algoe & Haidt, 2009).

(diversión y alegría), y también para comprobar que las emociones de elevación y admiración eran distintas entre sí. En general, ante la excelencia moral y no moral, las personas experimentaban sobre todo emociones relacionadas con la felicidad, admiración y respeto. No obstante, la admiración y el respeto se daban con mayor frecuencia ante la excelencia no moral que ante la moral, mientras que las emociones de agradecimiento y amor se experimentaban más ante la excelencia moral que ante la excelencia no moral.

En comparación con los participantes de la condición de felicidad, los que participaban en las condiciones de apreciación de la excelencia (elevación y admiración) se sentían más motivados a mejorar la reputación de la persona excelente, a querer imitar su comportamiento, a hacer cosas por ella y por los demás en general, a mejorar ellos mismos, a tener una nueva perspectiva sobre las cualidades positivas de la otra persona, y a respetarla más, incluso cuando en la condición de felicidad otra persona había causado la alegría del participante. Por el contrario, los participantes de la condición de felicidad se centraban más en sus propios sentimientos positivos. En comparación con la admiración, los participantes de la condición de elevación (apreciación de la excelencia moral) se sentían más abiertos a los demás y motivados a ser más amables o cálidos hacia ellos, a hacer cosas buenas por la persona excelente y por los demás en general, y a convertirse en mejores personas. Las sensaciones fisiológicas más notables en la elevación eran una sensación cálida en el pecho y un nudo en la garganta.

Por otra parte, Freeman, Aquino y McFerran (2009) realizaron una serie de experimentos para investigar la relación entre la orientación de dominación social, la elevación y la donación por parte de personas blancas a una organización de caridad orientada a personas negras. Los autores observaron que, tras observar unos vídeos o leer unos escritos que mostraban actos de excelencia moral, los participantes experimentaron un estado de elevación moral que incrementó la disposición de los participantes a donar y también las donaciones reales a estas organizaciones. Además, los autores observaron que, aunque los participantes blancos altos en orientación de dominación social donaban menos dinero que los que puntuaban bajo, esta relación se atenuaba cuando los participantes eran expuestos a acciones de excelencia moral.

En otro estudio, Cox (2010) observó que la experiencia de elevación durante un viaje de voluntariado llevó a un mayor voluntariado una semana y tres meses después en actividades relacionadas con ese viaje de voluntariado, pero no en actividades de voluntariado en general. Por ejemplo, uno de los participantes después del viaje recaudó dinero para la organización que hizo el viaje, pero no hizo más actividades de voluntariado en otros asuntos de su comunidad. También Schnall, Roper y Fessler (2010) llevaron a cabo varios experimentos y observaron que la elevación, producida al apreciar las buenas acciones de otras personas, llevaba a los participantes a ser más altruistas. Los autores explican que la elevación resultó ser distinta del afecto positivo general y que sus resultados no pueden explicarse meramente por un efecto de modelado o imitación, ya que los participantes llevaron a cabo conductas altruistas que no tenían que ver con las conductas que habían observado en el experimento.

Por otro lado, Vianello, Galliani y Haidt (2010) investigaron los efectos de la excelencia moral en el entorno laboral y observaron que las conductas de justicia interpersonal y de auto-

sacrificio de los líderes generaban la emoción de elevación<sup>15</sup> en sus seguidores y esta emoción mediaba totalmente la influencia de los líderes sobre la conducta cívica y el compromiso afectivo con la organización de sus seguidores.

En otra investigación, Aquino, *et al.* (2011) investigaron el papel de la identidad moral (como diferencia individual) en la experiencia de elevación y en su relación con conductas prosociales. En el primer estudio observaron que al ser expuestos a historias de excelencia moral, las personas cuya identidad moral era central en su definición de sí mismas informaron de un mayor nivel de emociones relacionadas con elevación, una visión más positiva de la humanidad y mayores deseos de ser mejor persona que las personas cuya identidad moral era menos central. Esa relación no se dio en grupos que fueron expuestos a situaciones de comportamiento moral más normales o a historias positivas no morales. En un segundo estudio, los autores encontraron que las personas altas en identidad moral recordaban más sucesos de excelencia moral y experimentaban más elevación como respuesta a estos sucesos. Además, estas experiencias estaban relacionadas con conductas prosociales, evaluadas con autoinforme. En un tercer estudio, tras un efecto de facilitación (*priming*) de la identidad moral, los participantes que fueron expuestos a una historia de excelencia moral se comportaron de manera más prosocial en una tarea en comparación con los que fueron expuestos a una situación positiva que no era de excelencia moral. No obstante, este resultado no se observó en la condición control, es decir, en la que no hubo facilitación de la identidad moral, reforzando el argumento de que los efectos de ver actos de excelencia moral serían efectivos en promover conductas prosociales sólo cuando la identidad moral es más accesible. Un cuarto estudio replicó los resultados anteriores y demostró que la elevación mediaba la relación entre identidad moral, observar acciones de excelencia moral y llevar a cabo conductas prosociales.

Con respecto a la admiración, se ha propuesto que ésta surge ante la excelencia no moral, es decir, ante manifestaciones extraordinarias de habilidad, talento o logro (Haidt & Keltner, 2004). Algor y Haidt (2009) revisan algunos autores que han prestado atención a la admiración, aunque los trabajos empíricos al respecto son casi inexistentes. Darwin (1872/1965) definió la admiración como una mezcla de sorpresa, placer, aprobación y asombro. McDougall (1910) se refirió a la admiración como una mezcla de percepción de poder y asombro (citados en Keltner & Haidt, 2003). Ortony, Clore y Collins (1988; citados en Algor & Haidt, 2009) consideraron la admiración como la emoción representativa de las emociones apreciativas, que incluían la apreciación, el sobrecogimiento, la estima y el respeto.

El papel adaptativo de la admiración ha sido sugerido por Henrich y Gil-White (2001). Según su teoría evolucionista del prestigio, la selección natural favoreció a las personas que eran capaces de evaluar potenciales modelos y copiar a los mejores, y la admiración quizá surgió como una manera de identificar dichos modelos. Algor y Haidt (2009) consideran que la inspiración sería el resultado motivacional de la admiración. Igualmente, Thrash y Elliott (2003), que han estudiado la inspiración como estado motivacional más que como emoción, han

---

<sup>15</sup> Para este estudio, los autores crearon una escala de elevación basándose en los estudios de Algor y Haidt (2009) pero los mismos admiten que la escala presenta varias limitaciones metodológicas.

observado que las habilidades extraordinarias de los demás o sus logros serían una de sus causas. En los experimentos de Algor y Haidt (2009), los participantes de la condición de admiración se sentían más motivados a alcanzar el éxito y a mejorar el prestigio de la persona excelente, se sentían más energizados, se incrementaba más su ritmo cardíaco, tenían los músculos más tensos y sentían más escalofríos en comparación con la condición de elevación.

En conclusión, tanto en la neurociencia como en la sociología o en diversas ramas de la psicología (espiritualidad y religión, estética, evolucionista, ambiental, personalidad y emoción) se señalan los aspectos positivos de la ABE y sus posibles funciones, y a pesar de los diferentes enfoques, se coincide en la importancia de la ABE como una capacidad universal que forma parte del núcleo del ser humano desde sus orígenes. Tras esta revisión, en el siguiente apartado se revisan los instrumentos de medida existentes sobre la ABE.

## **2.5. Medidas existentes sobre la apreciación de la belleza y la excelencia**

Actualmente no existe ninguna escala que mida la ABE, tal y como la han definido Haidt y Keltner (2004) y que evalúe los tres aspectos del constructo, es decir, la apreciación de la belleza, de la excelencia moral y de la excelencia no moral.

Peterson y Seligman (2004) desarrollaron una subescala de ABE dentro del Inventario de Fortalezas de Valores en Acción (*Values in Action Inventory of Strengths, VIA-IS*) que mide las 24 fortalezas de su clasificación (240 ítems). Dicha subescala consta de 10 ítems y tiene un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos en donde los participantes contestan en qué medida las descripciones de los ítems se parecen a ellos mismos. No obstante, esta subescala presenta algunas limitaciones. En primer lugar, no está disponible como una medida independiente del VIA-IS, lo cual dificulta su uso a aquellos investigadores interesados en estudiar la ABE independientemente del resto de las fortalezas. Además, para disponer de y usar el VIA-IS es necesario permiso por parte del Instituto VIA, lo que dificulta aún más su uso. Otra limitación importante es una representación poco adecuada del constructo propuesto por Peterson y Seligman. De los 10 ítems que la componen, 7 son de apreciación de la belleza, uno de apreciación de la bondad moral, un ítem que evaluaría la capacidad de asombro en general y no ante la belleza o la excelencia en particular, un ítem que evalúa el haber creado algo hermoso, que podría relacionarse más con creatividad que con ABE, y ningún ítem de apreciación de la excelencia no moral. Finalmente, aunque los autores han indicado que todas las escalas del VIA-IS presentan una fiabilidad aceptable (índices de consistencia interna mayores de .70 y correlaciones test-retest en un periodo de 4 meses mayores de .70), no se conocen evidencias de validez de la subescala de la ABE del VIA (evidencias de validez convergente, discriminante o factorial) más allá de las correlaciones puntuales que se han presentado en los diferentes estudios revisados anteriormente.

Otra escala que evalúa ciertos aspectos del constructo de ABE, pero que tampoco los cubre todos, es la Escala de implicación con la belleza (*Engagement with Beauty Scale, EBS*, Diessner, et al., 2008). Esta escala de 14 ítems, con formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos, evalúa

exclusivamente, según los autores, la implicación con la belleza y está formada por tres subescalas: (1) implicación con la belleza del arte, (2) con la belleza de la naturaleza, y (3) con la belleza moral (que equivaldría a la apreciación de la excelencia moral).

Por lo tanto, tampoco evalúa la apreciación de la excelencia no moral y limita la apreciación de la belleza a los ámbitos del arte y la naturaleza. Además, en nuestra opinión la redacción de los ítems presenta algunos problemas. En primer lugar, cada ítem es ambiguo al medir varios aspectos a la vez (p.ej., “Cuando percibo la belleza en la naturaleza me emociono, “me conmueve”, experimento un sentimiento de sobrecogimiento, maravilla, entusiasmo, admiración o elevación”). En segundo lugar, cada ítem se repite de manera idéntica en cada una de las tres subescalas que componen la escala total, sustituyendo únicamente la palabra clave (p.ej., sustituye belleza en la “naturaleza” por belleza en el “arte”), dando pie a la posibilidad de que los factores de su escala correlacionen entre sí meramente por la idéntica redacción de los ítems. En tercer lugar, el modelo de medida presentado contiene autocorrelaciones entre los errores de los ítems que pertenecen a distintos factores y que están escritos de manera prácticamente idéntica, lo que sería incorrecto.

Otra escala que mide un constructo muy relacionado con la ABE, la apertura a la experiencia, sería la subescala de apertura del cuestionario NEO-PI-R (Costa & McCrae, 1992). Esta subescala tiene 48 ítems y usa un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos. La apertura a la experiencia se refiere a la búsqueda activa y a la apreciación de experiencias por sí mismas. Los que puntúan alto en ella son curiosos, imaginativos y dispuestos a estudiar nuevas ideas y valores no convencionales. Dentro de la apertura a la experiencia, la faceta realmente relevante para la ABE sería la apertura a la estética (8 ítems), que se caracteriza por un profundo aprecio por el arte y la belleza. Esta subescala se centra en el arte, con sólo un ítem sobre la naturaleza y ninguno sobre la excelencia moral o no moral.

Adler y Fagley (2005) crearon una escala de apreciación en general (*Appreciation scale*) que tiene una subescala de sobrecogimiento, la cual mide el sentimiento de conexión espiritual o trascendental con algo. Las personas indican su grado de acuerdo con los ítems en una escala de respuesta tipo Likert de 7 puntos. De los 6 ítems de que consta, uno de ellos evalúa la apreciación de la belleza y ninguno la apreciación de la excelencia.

También Shiota *et al.* (2006) han creado una medida de la tendencia a experimentar sobrecogimiento, incluida dentro de un cuestionario que evalúa distintas disposiciones emocionales positivas (*The Dispositional Positive Emotion Scales, DPES*). Esta subescala mide el sobrecogimiento entendido como la emoción experimentada en los intentos de acomodación cognitiva y usa un formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos. De los 6 ítems que la componen, dos evalúan sobrecogimiento ante la belleza.

Otro constructo muy relacionado con la ABE es la auto-trascendencia. Existen varios instrumentos que la evalúan, de los cuales destacan dos. Por un lado estaría la subescala de auto-trascendencia del Inventario del Temperamento y el Carácter (*The Cloninger Temperament and Character Inventory, TCI*, Cloninger, Przybeck, Svrakic, & Wetzel, 1994). Las personas que puntúan alto en esta subescala se parecen al hombre autorrealizado de Maslow (Haidt & Keltner,

2004), son personas sin pretensiones, satisfechas, pacientes, creativas, desinteresadas y espirituales (Kose, 2003). Estas personas tienen la capacidad para sentirse absortas en aquello que están haciendo y en identificarse con lo que va más allá de su propia experiencia transitoria. Esta subescala de auto-trascendencia tiene tres facetas: (1) olvido creativo de uno mismo, (2) identificación transpersonal y (3) aceptación espiritual. Tiene 26 ítems y un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos en donde se expresa el grado de acuerdo con los ítems.

Por otro lado, la Escala de trascendencia espiritual (*Spiritual Transcendence Scale*, Piedmont, 1999) evalúa la capacidad de un individuo para permanecer fuera de su sentido inmediato de tiempo y lugar y para ver la vida desde una mayor perspectiva, más objetiva, en la que ve una unidad fundamental subyacente a los diversos elementos de la naturaleza. Las personas altas en trascendencia espiritual creen que hay un plan y sentido en la vida más amplio, algo más allá de nuestra existencia mortal. Esta escala evalúa tres aspectos: (1) oración, un sentimiento de alegría y satisfacción resultado de los encuentros personales con el dios en el que cada uno cree; (2) universalidad, creencia de que toda la vida está íntimamente ligada, y (3) conectividad, creencia de que uno es parte de una gran realidad humana que va más allá de generaciones y grupos. Existen versiones de 35 ítems y 13 ítems y tiene un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos en donde se expresa el grado de acuerdo con los ítems. En relación a la ABE, esta escala es menos útil que la de Cloninger para trabajar en una población no religiosa, porque un tercio de la misma está relacionada con el rezo y la meditación (Haidt & Keltner, 2004).

Con respecto a otros instrumentos de medida relacionados con la ABE que no sean autoinformes, hay tres instrumentos que merecen atención. Por un lado, el Test de sensibilidad estética visual (*Visual Aesthetic Sensitivity Test*, VAST, Eysenck, 1983). Según Eysenck, este instrumento mide el buen gusto, ya que el participante debe elegir qué figuras le parecen más armoniosas entre pares de figuras creadas y validadas por artistas como figuras armoniosas. Por otro lado, el Ambiente audio-visual (*Audio-Visual Environment*, AVE, Houston & Masters, 1972, citado en Haidt & Keltner, 2004) se creó para evaluar diferencias individuales en la respuesta a las drogas psicodélicas. Consiste en un aparato que proyecta sonidos e imágenes bellas en una especie de pantalla semicircular que ocupa todo el espacio visual del individuo durante 30-45 minutos. Después se evalúa el grado de relajación, euforia, distorsiones en la percepción de espacio y tiempo, y estados de trance.

Por último, Güsewell y Ruch (2012) crearon el *Test de apreciación de la belleza y la excelencia* (*Appreciation of beauty and excellence test*, ABET). Los autores diseñaron 30 ítems consistentes en una serie de estímulos visuales y auditivos incluyendo imágenes de pinturas, poemas, música, historias de personas excelentes moralmente y vídeos de personas realizando actividades que implican habilidades deportivas, artísticas o acrobáticas. La belleza de la naturaleza fue excluida del test. Los ítems se contestan indicando en qué medida se experimenta belleza o excelencia ante cada uno de ellos en una escala de 1 a 5 (1 = Nada en absoluto, 5 = Absolutamente). Si bien este instrumento tiene la ventaja de incluir ítems relacionados con la excelencia no moral, presenta una serie de limitaciones importantes. En primer lugar, no evalúa

la apreciación de la belleza y la excelencia tal y como la definen Haidt y Keltner (2004), es decir, como la experiencia de emociones autotranscendentes cuando se percibe la belleza o la excelencia, sino que es más bien una prueba de juicio estético o moral, parecida al tipo de tareas que se realizan en los estudios de la psicología de la estética. En segundo lugar, la prueba es totalmente dependiente de la cultura en la que se realizó el estudio. En tercer lugar, excluye la evaluación de la belleza de la naturaleza, lo cual deja sin evaluar un tipo de estímulos importantísimos, ya que la naturaleza parece ser el principal lugar en donde las personas encuentran la belleza (Cohen *et al.*, 2010).

## **2.6. Intervenciones de apreciación de la belleza y la excelencia**

Las intervenciones de la ABE como fortaleza son prácticamente inexistentes. Que sepamos, existe tan sólo un estudio publicado sobre una intervención dirigida a aumentar la implicación con la belleza realizado por Diessner *et al.* (2006). Los autores llevaron a cabo un cuasi-experimento con dos condiciones, un grupo experimental y uno de comparación, formados por dos clases de estudiantes universitarios con dos profesores distintos en donde no hubo asignación aleatoria. Los participantes del grupo de comparación no llevaron a cabo ninguna tarea extra más allá de las habituales en clase. Los participantes del grupo experimental tenían que identificar y describir tres aspectos de la belleza que hubieran observado cada semana (uno relacionado con la naturaleza, otro con el arte y otra con la belleza moral de las personas) durante un periodo de 12 semanas. Asimismo, cada semana tres voluntarios tenían que leer en voz alta en clase uno de los aspectos de la belleza que habían identificado.

Al final de la intervención, los participantes de la condición experimental mostraron una mayor ganancia en sus puntuaciones en esperanza (con tamaño del efecto medio) y en implicación con la belleza (efecto significativo grande en belleza moral y efectos no significativos en la belleza de la naturaleza y del arte) que el grupo de comparación. Este estudio tiene el mérito de ser el primer intento de desarrollar la ABE, aunque presenta serias limitaciones metodológicas como la ausencia de asignación aleatoria y el hecho de que profesores distintos enseñaran en los grupos experimental y comparación. Asimismo, el tipo de análisis empleado, la comparación de las ganancias en las puntuaciones, es un método controvertido debido a que su fiabilidad no está clara (Traub, 1994; citado en Martínez-Arias, Hernández-Lloreda & Hernández-Lloreda, 2006).

## **2.7. Conclusión, preguntas de investigación y planteamiento de objetivos**

La apreciación de la belleza y la excelencia como fortaleza del carácter es un constructo psicológico nuevo sobre el que apenas hay investigación, lo cual nos ha llevado a ampliar nuestro foco en la revisión teórica y buscar información que pudiera ser relevante para el estudio de la ABE en áreas tan diversas como la neurociencia o la psicología de la estética. Además de



esta escasez de investigaciones, los estudios empíricos sobre la ABE como fortaleza han utilizado instrumentos de medida que presentan ciertas limitaciones, por lo que sus resultados han de interpretarse con cautela.

Las principales conclusiones que se pueden extraer de esta revisión son las siguientes:

Parece que existen diferencias individuales en la tendencia a apreciar la belleza y la excelencia. Aunque es muy posible que las personas que tienden a apreciar la belleza, aprecien también la excelencia moral y la excelencia no moral, también parece cierto que estas tres dimensiones difieren en algunos aspectos, no sólo en cuanto a sus causas, sino también en cuanto a las emociones, pensamientos, motivaciones y conductas asociadas. Por ello, la hipótesis de que estas tres dimensiones forman parte de un mismo constructo parece plausible, pero también podría ser que estos tres rasgos se den de manera independiente en las personas.

Las experiencias de ABE se caracterizan por la auto-trascendencia. Al apreciar la belleza y la excelencia de un objeto/persona, la atención es absorbida por la belleza o la excelencia de aquello que se percibe. El foco de la atención está en el objeto que se aprecia en vez de en el propio sujeto. El procesamiento de la información se vuelve más pasivo y receptivo, por lo que cabe pensar que es posible adquirir un conocimiento más profundo, menos sesgado, de aquello que se percibe. En este estado de conciencia particular la persona se siente identificada en cierta manera con lo que aprecia y parte de una realidad trascendente mayor que uno mismo, de manera que la propia identidad encaja mejor en categorías más universales, más amplias.

La ABE es una experiencia positiva de gran profundidad y es posible que tenga una función adaptativa a nivel individual, social e incluso medioambiental. La información revisada sugiere que las experiencias de ABE son experiencias de gran plenitud en las que la vida cobra sentido, se experimentan diversas emociones positivas, se desconecta temporalmente de las propias preocupaciones y deseos, se tiene una visión más positiva del mundo y de otras personas, y se incrementa la motivación a alcanzar la excelencia (ser mejor persona y alcanzar el éxito).

Asimismo, la ABE parece asociarse con conductas prosociales, que beneficiarían a otras personas, y posiblemente con conductas de protección de aquello que se aprecia, ya que la belleza y la excelencia podrían generar sentimientos de amor y las personas protegemos aquello que amamos. Esto podría tener importantes implicaciones para la conservación del patrimonio natural y cultural. No obstante, la mayoría de estas relaciones son suposiciones ya que no existe aún evidencia empírica que las respalde.

Los estudios centrados en la ABE como fortaleza nos indican una relación entre la ABE y la apertura a la experiencia, así como un posible componente genético fuerte. En todos los estudios puntúan más alto las mujeres que los hombres. La relación con la edad no está clara, pues los resultados son variados, pero por lo general se observa una relación significativa positiva y pequeña entre ambas variables. En general, se observa una relación baja aunque significativa con satisfacción con la vida, aunque es posible que existan factores moderadores en esta relación (Isaacowitz *et al.*, 2003). Varios estudios sugieren que la ABE parece estar relacionada con crecimiento post-traumático y resiliencia. Con respecto a las demás fortalezas de la clasificación de Peterson y Seligman (2004), la ABE parece relacionarse con el amor por el

conocimiento, la creatividad, la curiosidad, la esperanza, el valor, la equidad, la perspectiva, la gratitud, la religiosidad/espiritualidad, la vitalidad, la mentalidad abierta y la inteligencia social.

Con respecto al estado actual de la investigación sobre la ABE, el primer problema con el que nos hemos encontrado es que no existe un instrumento de medida adecuado que cubra las tres dimensiones que forman parte de la ABE. De aquí se deriva una falta de evidencia empírica sobre la estructura factorial de la ABE, así como de sus relaciones con otros constructos de personalidad y bienestar. En segundo lugar, dada la ausencia de investigaciones sobre intervenciones adecuadamente controladas para desarrollar la ABE, no sabemos si es posible incrementar dicha fortaleza. Tampoco sabemos si la posible relación de ABE con bienestar y constructos relacionados es causal. En un intento de dar respuesta a estas preguntas, los objetivos generales de esta tesis son:

1. Ampliar el conocimiento sobre la ABE, en concreto su estructura factorial y sus relaciones con otros constructos psicológicos, especialmente constructos relacionados con la personalidad, la prosocialidad y el bienestar. Para alcanzar este objetivo, construiremos un instrumento de medida de la ABE que evalúe sus tres dimensiones y evaluaremos sus propiedades psicométricas. Mediante este instrumento podremos evaluar la estructura factorial de la ABE así como su red nomológica.
2. Evaluar si es posible desarrollar la AB y si ésta tiene un efecto en el bienestar y en constructos relacionados con el mismo. Para alcanzar este objetivo, diseñaremos y llevaremos a cabo un programa de entrenamiento piloto de la AB, y evaluaremos su viabilidad y sus efectos. Aunque el objetivo final sería saber si es posible cultivar la ABE teniendo en cuenta sus tres posibles dimensiones, en esta tesis nos hemos centrado sólo en la dimensión de la belleza como un primer paso en esta dirección.

Teniendo en cuenta estos dos objetivos generales, la parte empírica de la tesis se divide en dos partes. La primera parte consiste en la construcción y análisis de algunas propiedades psicométricas de un instrumento de medida de la ABE que permita evaluar su estructura factorial y su red nomológica. La segunda parte describe el diseño y evaluación de una intervención piloto para aumentar la apreciación de la belleza y sus efectos sobre el bienestar.



## Capítulo 3. Construcción y análisis de las propiedades psicométricas de la Escala de apreciación de la belleza y la excelencia (EABE)

“Casas e iglesias rosas, lilas, amarillas, blancas, azules, verde pistacho, rojo llama, cada una una canción independiente- el verde de la hierba, el trémolo profundo de los árboles, la nieve que canta con sus mil voces, o el alegretto de las ramas desnudas, el anillo rojo, quieto, silencioso de las paredes del Kremlin, y encima, por encima de todo, como un grito de triunfo, como un aleluya, la línea seria, larga, blanca, graciosa de la Torre del campanario de Iván el Terrible. Y sobre su cuello largo y tenso, estirado hacia el cielo en un eterno bostezo, la cabeza dorada de la cúpula, que entre las estrellas doradas y coloridas de las otras cúpulas, es el sol de Moscú. Pintar esta hora, pensé, tiene que ser para un artista la alegría mayor, la más imposible.”

V. Kandisky

### 3.1. Introducción

En este capítulo se describe la construcción y análisis de las propiedades psicométricas de una escala para medir la ABE. El desarrollo de la EABE fue guiado por tres objetivos: (a) evaluar la apreciación de la belleza (B), la apreciación de la excelencia moral (EM) y la apreciación de la excelencia no moral, (b) cumplir con los estándares psicométricos tradicionales, y (c) desarrollar una medida breve, válida y autónoma que pudiera ser utilizada en la investigación con encuestas y en el campo aplicado. Este instrumento nos ayudará a comprender mejor este constructo, en concreto, su estructura dimensional y sus relaciones con otros constructos psicológicos, en especial con constructos relacionados con la personalidad, la prosocialidad y el bienestar.

Para este fin, se realizaron tres estudios. En el Estudio 1 se exploraron los aspectos psicológicos de ABE. Los participantes registraron sus experiencias de ABE a diario durante un período de 10 días y describieron los pensamientos, las emociones, las motivaciones y los comportamientos asociados con estas experiencias. En el Estudio 2, se desarrolló y evaluó una batería de ítems de la ABE con análisis factorial exploratorio. Un conjunto inicial de ítems fueron seleccionados para el desarrollo de la escala. En el Estudio 3, se examinó la versión final de la escala con análisis factorial confirmatorio. Asimismo, se contrastaron diferentes modelos estructurales y se inspeccionó la red nomológica de ABE. Finalmente, se realizaron una serie de análisis adicionales para examinar evidencias de validez y fiabilidad de la escala. Antes de describir en detalle estos estudios, en la siguiente sección se definen las hipótesis relacionadas con el análisis de las propiedades psicométricas del modelo de medida de ABE.

## **3.2. Hipótesis**

Las hipótesis se presentan en cuatro secciones. La sección 3.2.1. comprende hipótesis relacionadas con la dimensionalidad de la ABE, es decir, la comprobación de la estructura multidimensional del modelo de medida. La sección 3.2.2. incluye hipótesis acerca de la relación entre la ABE y las variables de la red nomológica. La sección 3.2.3. versa sobre las evidencias acerca de la validez incremental de la escala con respecto a la escala ABE del VIA-IS, la deseabilidad social y la tendencia a experimentar emociones positivas a la hora de predecir una serie de variables relacionadas con la prosocialidad y el bienestar. La sección 3.2.4. contiene hipótesis relacionadas con la fiabilidad.

### **3.2.1. Comprobación de la estructura multidimensional**

Basándonos en la propuesta teórica de Haidt y Keltner (2004), se sugiere que la ABE consta de tres dimensiones relacionadas pero distintas, que serían la apreciación de la belleza (B), la apreciación de la excelencia moral (EM) y la apreciación de la excelencia no moral (ENM). En consecuencia, se espera que un modelo tridimensional se adecúe a los datos mejor que un modelo unidimensional o algún modelo bidimensional. Además, esperamos que estas tres dimensiones correlacionen de manera similar, pero no idéntica, con las variables que conforman la red nomológica. Estas correlaciones heterogéneas reflejarán los aspectos diferenciales de cada dimensión.

### **3.2.2. Análisis de la red nomológica**

#### *Relaciones con constructos similares*

*Apreciación de la belleza y la excelencia.* Se esperan correlaciones altas positivas con instrumentos de evaluación de la ABE o constructos muy similares, es decir, con la subescala de la ABE del VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004), con la Escala de implicación con la belleza (Diessner *et al.*, 2008) y con la faceta del NEO-PI-R de apertura a la estética (Costa & McCrae, 1992). Se espera que la subescala de la ABE del VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004) correlacione especialmente alto con apreciación de la belleza en comparación con apreciación de la excelencia moral y no moral, porque este instrumento se centra principalmente en la dimensión de apreciación de la belleza. En cuanto a las tres subescalas que componen la Escala de implicación con la belleza (Diessner *et al.*, 2008), se espera que la apreciación de la belleza correlacione particularmente alto con las dos subescalas que miden, respectivamente, la implicación con la belleza natural y la belleza artística, mientras que se espera que la apreciación de la excelencia moral correlacione más alto con la escala de implicación con la belleza moral. Con respecto a la apertura a la estética (Costa & McCrae, 1992), se espera que ésta correlacione

más alto con la apreciación de la belleza en comparación con las dos dimensiones de apreciación de la excelencia.

*Autotrascendencia.* También se espera que la ABE correlacione alto con la autotrascendencia, constructo que incluye aspectos provenientes de la psicología humanista y transpersonal como la madurez y la autorrealización (Cloninger, Svrakic & Przybeck, 1993). Es una dimensión del carácter asociada con la madurez a la que corresponde un concepto de sí mismo caracterizado por una identificación del yo como una parte integral del universo como un todo. La autotrascendencia se refiere, en general, a la identificación con todo lo que se consideran partes esenciales y resultantes de un todo unificado. Se trata de un estado de "conciencia unitiva" en el que todo es parte de una totalidad, y donde no hay una distinción significativa entre el yo y el otro.

La autotrascendencia incluye los siguientes aspectos: (1) olvido de sí mismo frente a experiencia consciente de sí mismo, (2) identificación transpersonal frente a aislamiento de sí mismo, y (3) aceptación espiritual frente a materialismo racional. El olvido de uno mismo se produce cuando la persona está completamente absorta, intensamente concentrada y fascinada por algo, hasta el punto de olvidar, momentáneamente, dónde está y perder completamente el sentido del paso del tiempo. Dicha absorción a menudo conduce a la identificación transpersonal con aspectos externos al yo individual, hasta el punto que uno puede sentir que es parte de una fuente divina de todos los fenómenos. Tal identificación transpersonal lleva a la aceptación espiritual, o la aprehensión de relaciones que no pueden ser explicadas por el razonamiento analítico o demostradas a los demás por observaciones objetivas. El conocimiento autotrascendente es intuitivo más que analítico y deductivo.

Como se puede observar, esta descripción coincide sustancialmente con las descripciones filosóficas de la ABE, así como los relatos de experiencias cumbre de la psicología humanista (por ejemplo, Maslow). Igualmente, la autotrascendencia ha sido considerada como un indicador de la espiritualidad (Kirk, Eaves & Martin, 1999), y Peterson y Seligman (2004) incluyeron la ABE en la virtud de trascendencia, cuya fortaleza prototípica es la espiritualidad, ya que permite forjar conexiones con el universo más amplio. De hecho, la experiencia de al menos emociones autotrascendentes sutiles está en la base de la definición de la ABE (Haidt & Keltner, 2004). Existe evidencia empírica que apoya esta relación. Por ejemplo, DeFruyt, DeWiele y Van Heeringen (2000) observaron una correlación de .41 entre la autotrascendencia y la apertura a la experiencia, siendo la faceta de estética la que correlacionaba más alto con autotrascendencia. Además, Steger *et al.* (2007) encontraron una correlación entre la ABE y absorción.

#### *Ausencia de relación con constructos diferentes*

Además de la identificación de los conceptos que deberían ser similares a la ABE, en la evaluación de la red nomológica es igualmente importante la identificación de conceptos distintos. De esta manera, aunque la ABE implica la tendencia a experimentar determinadas

emociones positivas, no se espera que ésta correlacione con cualquier tipo de emoción positiva. En concreto, se espera que la ABE no correlacione con la tendencia a experimentar diversión, o humor, la emoción positiva que se siente cuando uno experimenta un cambio de perspectiva repentino sobre un objeto, como cuando se oye el final de una broma (Latta, 1999, citado en Shiota *et al.*, 2006). De manera similar, aunque la ABE supone apreciar estímulos específicos del ambiente, no se espera que correlacione con la búsqueda de emociones, es decir, con la necesidad de estimulación ambiental. Por último, como parte del proceso de evaluación de las propiedades del instrumento que se pretende desarrollar, no se espera que la medida de la ABE correlacione con la deseabilidad social, entendida como la tendencia a hacer descripciones de uno mismo excesivamente positivas, lo que supone un sesgo de respuesta. Sin embargo, dado el carácter socialmente deseable de la ABE, es posible que ésta correlacione positivamente con la deseabilidad social, especialmente los ítems de apreciación de la excelencia moral debido a su evidente carácter moral. De hecho, se ha observado una correlación positiva (.15, .23) entre deseabilidad social y ABE evaluada con el cuestionario VIA-IS (Osin, 2009), por lo que es posible que nuestra medida presente correlaciones similares.

#### *Relación con los cinco factores de la personalidad*

Aunque esperamos que la ABE esté relacionada en alguna medida con los cinco factores de la personalidad, se espera que ésta no sea sólo una combinación lineal de estos factores. En otras palabras, se espera que la ABE sea un constructo único y no sólo una nueva presentación de los cinco grandes. A continuación se describen las relaciones esperadas de la ABE con cada uno de los cinco factores.

*Apertura a la experiencia.* Se describe como la búsqueda activa y la valoración de experiencias por sí mismas, incluyendo la experiencia estética (Costa & McCrae, 1992). Por lo tanto, esperamos una correlación positiva alta con apreciación de la belleza y moderada con la apreciación de la excelencia moral y no moral.

*Amabilidad.* Se relaciona con el tipo de interacciones que un individuo prefiere, desde la compasión a una mentalidad más dura (Costa & McCrae, 1992). Se espera que ABE correlacione positiva y moderadamente con amabilidad, sobre todo el factor de apreciación de la excelencia moral.

*Neuroticismo.* Identifica a las personas que son propensas a los trastornos psicológicos (Costa & McCrae, 1992). Esperamos una correlación negativa pequeña con la ABE, ya que ésta parece estar asociada con el afecto positivo, incluso con crecimiento postraumático y resiliencia, y podría servir a las personas para aliviar su angustia, al menos momentáneamente. Sin embargo, esta relación negativa no es tan evidente ya que en algunas situaciones podría ocurrir que los individuos que aprecian la excelencia se marquen metas no realistas para sí mismos y al no alcanzarlas se produzca frustración, o que los individuos altos en la ABE, al ser más sensibles a la belleza y la excelencia en el mundo, quizá sufran más cuando esta belleza y excelencia están

ausentes o son dañadas. Pero en general, teniendo en cuenta todas estas posibilidades conjuntamente, esperamos una correlación negativa de la ABE con neuroticismo.

*Extraversión.* Está relacionada con la cantidad y la intensidad de energía dirigida hacia el exterior en el mundo social (Costa & McCrae, 1992), e incluye la tendencia a experimentar emociones positivas. Aunque la ABE implica experimentar unas emociones específicas que se consideran positivas, se espera que sea más que una expresión particular del rasgo de afectividad positiva. Por lo tanto, se espera una correlación pequeña positiva con la ABE. Seguramente esta relación sea más fuerte con la apreciación de la excelencia moral y con la apreciación de la excelencia no moral que con la apreciación de la belleza, debido a su carácter social.

*Responsabilidad.* Se refiere al grado de organización, persistencia, control y motivación en la conducta dirigida a metas (Costa & McCrae, 1992). Se espera una correlación pequeña con los dos factores de apreciación de la excelencia, debido a su asociación con la motivación a alcanzar la excelencia, pero esta relación posiblemente sea mayor con la apreciación de la excelencia no moral, dada su posible asociación con la motivación para lograr el éxito.

#### *Relación con la motivación de logro*

*Motivación de logro.* Esta faceta de responsabilidad se refiere a la necesidad de logro personal y al sentido de dirección (Costa & McCrae, 1992). Debido a que parece que las personas altas en apreciación de la excelencia moral se sienten motivadas a ser mejores personas, y los altos en apreciación de la excelencia no moral a lograr el éxito, se espera que los factores de apreciación de excelencia, sobre todo apreciación de la excelencia no moral, tengan una relación positiva de pequeña a moderada con esta variable.

#### *Relación con la prosocialidad*

Si los individuos altos en ABE tienen una actitud abierta hacia el mundo y los demás seres humanos, se sienten conectados con ellos, les aprecian por lo que son y se sienten motivados a contribuir a la belleza y la excelencia del mundo, es muy posible que la ABE correlacione con diferentes variables relacionadas con la prosocialidad, en particular la apreciación de la excelencia moral.

Se espera que la apreciación de la excelencia moral correlacione positivamente y de manera moderada con las disposiciones hacia la confianza, el altruismo, la sensibilidad a los demás y la empatía. La confianza se relaciona con la creencia en la sinceridad y las buenas intenciones de los demás. El altruismo se refiere a la preocupación activa por el bienestar de los demás. La sensibilidad a los demás refleja una actitud de simpatía por los demás (Costa & McCrae, 1992). La empatía se refiere a la capacidad de experimentar lo que otras personas están sintiendo, a ponerse en su lugar psicológico y sentir sus alegrías y tristezas como si fueran nuestras (Schulman, 2002).



También se esperan correlaciones negativas pequeñas entre la ABE y la envidia y el materialismo. La ABE entraña la apreciación desinteresada de algo o alguien. Sin embargo, el materialismo supone dar excesiva importancia a la posesión y a la adquisición de bienes materiales a la hora de establecer las principales metas de la vida (Richins & Dawson, 1992), lo cual sería, además, algo incompatible con la generosidad y la amabilidad (McCullough, Emmons & Tsang, 2002). Por otro lado, la envidia se define como una emoción desagradable, a menudo dolorosa, caracterizada por sentimientos de inferioridad, hostilidad y resentimiento causada por la conciencia de un atributo deseado disfrutado por otra persona o grupo de personas (Smith & Kim, 2007). Si bien esperamos que el materialismo muestre correlaciones negativas más altas con la apreciación de la belleza que con la apreciación de la excelencia moral y no moral, por estar más relacionada con objetos materiales, seguramente la envidia correlacione más alto con los factores de apreciación de la excelencia, por estar más relacionados con personas, que con la apreciación de la belleza.

### *Relación con el bienestar*

La experiencia de la ABE parece ser una experiencia gratificante. Por lo tanto, se espera que esté relacionada con diferentes constructos asociados con el bienestar.

*Bienestar hedónico.* Se espera una relación positiva con afecto positivo y satisfacción con la vida, y negativa con afecto negativo. Ya que la ABE implica la experiencia de determinadas emociones positivas, se espera una correlación positiva moderada entre la ABE y la tendencia a experimentar emociones positivas. Además, se espera una relación negativa pequeña-moderada con la afectividad negativa. En particular, se esperan relaciones negativas con ansiedad y depresión como rasgos de personalidad, debido a la posible función de la ABE en aliviar el sufrimiento al proporcionar armonía a la mente, alimentar una visión positiva de los seres humanos y del mundo, proporcionar esperanza y facilitar la autotranscendencia y la conexión con el universo. Sin embargo, la evidencia empírica previa ha demostrado una ausencia de relación con la depresión (Diessner *et al.*, 2008). Además, la sensibilidad de los individuos altos en ABE puede causar angustia cuando la belleza y la excelencia están ausentes o son dañadas.

En cuanto a la satisfacción con la vida, el componente cognitivo del bienestar subjetivo (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985), se espera una correlación positiva pequeña pero significativa con la ABE. Nuestra hipótesis se basa en la evidencia empírica previa (por ejemplo, Diessner *et al.*, 2008) y en el hecho de que, a pesar de que se espera que la ABE proporcione alguna satisfacción a la vida del individuo, la satisfacción con la vida se centra en las expectativas y los logros de uno mismo, mientras que la ABE parece estar más relacionada con aspectos de la experiencia que no están directamente relacionados con uno mismo, sino con la belleza del mundo y la excelencia de otras personas.

*Bienestar Eudaimónico.* Se espera una relación positiva con algunos indicadores de bienestar eudaimónico como la vitalidad, el crecimiento personal y el significado o propósito en la vida, y variables relacionadas como la esperanza. La *vitalidad* se refiere a un estado positivo y accesible fenomenológicamente caracterizado por tener energía disponible para uno mismo, el cual se ha considerado un indicador de bienestar eudaimónico (Ryan & Frederick, 1997). Como se ha señalado, sentirse vivo y lleno de energía parece estar relacionado con la ABE (por ejemplo, Algoe & Haidt, 2009) por lo que se espera una correlación positiva pequeña-moderada. El *crecimiento personal* representa el continuo desarrollo del propio potencial y la expansión de la persona (Ryff, 1989). Implica la apertura a la experiencia (Rogers, 1961, citado en Ryff, 1989), la búsqueda de la autorrealización, la autotrascendencia (Maslow, 1969) y una implicación en la vida (Jahoda, 1958, citado en Ryff, 1989). Ya que la ABE conlleva la implicación con el entorno, la expansión del yo, y la apreciación de modelos de excelencia que puedan guiar y motivar el desarrollo del potencial, se esperan relaciones positivas, pequeñas o moderadas con el crecimiento personal. Además, se espera una relación positiva pequeña-moderada entre la ABE y el *sentido*. Frankl (1964) sugirió que experimentar determinados aspectos positivos de la vida, como la belleza y la bondad, era una manera de encontrar un sentido a la vida. Además, por un lado, la ABE puede proporcionar una sensación de orden y armonía y, por otro, promover objetivos específicos y la motivación para alcanzarlos (por ejemplo, ser una mejor persona o desarrollar las propias habilidades), lo que podría proporcionar un sentido de dirección. Por último, se espera una correlación positiva, pequeña-moderada, entre la ABE y la *esperanza*, entendida como la determinación de lograr unas metas (componente denominado determinación) y la creencia de que se pueden generar planes para lograr lo que uno se propone (componente llamado planes) (Snyder *et al.*, 1991), la cual se ha asociado a numerosos indicadores de bienestar (Snyder, Rand & Sigmon, 2002). Cuando los individuos aprecian la belleza o la excelencia es posible que sean capaces de vislumbrar una alternativa en medio de la adversidad.

### *Variables sociodemográficas*

De acuerdo con la evidencia empírica disponible, se espera que las mujeres puntúen más alto que los hombres en ABE. Aunque la evidencia disponible con respecto a la edad es más diversa, se espera una relación positiva pequeña, pero significativa, con la edad. También es posible que las personas con mayor nivel educativo sean más altas en ABE.

### **3.2.3. Evidencia de validez incremental**

Por un lado, se espera que la EABE prediga una mayor varianza en diversos constructos de bienestar (satisfacción con la vida, emociones positivas, ansiedad, vitalidad, crecimiento personal, propósito en la vida y esperanza) y prosocialidad (altruismo, confianza, sensibilidad a los demás, empatía, materialismo y envidia) en comparación con la subescala de ABE (VIA-IS). Se ha elegido esta escala porque la mayoría de la evidencia empírica que existe sobre la ABE

proviene de estudios que utilizan el VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004). De hecho, es la única medida de la que se afirma evalúa la ABE. Otra medida similar es la Escala de implicación con la belleza, pero Diessner *et al.* (2008) afirman que es una "medida de apreciación e implicación con la belleza que se centra exclusivamente en la belleza", dejando fuera la apreciación de la excelencia (p. 9).

Por otro lado, se espera que la EABE sea capaz de predecir las variables de bienestar y de prosocialidad previamente indicadas controlando los efectos de la deseabilidad social. Si la EABE correlacionara tanto con deseabilidad social como con bienestar y prosocialidad y, asimismo, deseabilidad social correlacionara con estas variables, como se ha observado previamente (p.ej, Diener, Sandvik, Pavot & Gallagher, 1991; Huber & MacDonald, 2012), uno podría pensar que la relación entre la EABE y bienestar y prosocialidad se debe a la relación que estas variables mantienen con la deseabilidad social.

Asimismo, siguiendo el mismo argumento, dada la posible relación entre la EABE y la tendencia a experimentar emociones positivas, así como la relación entre dicha tendencia y el bienestar y la prosocialidad, se podría afirmar que las posibles relaciones de la EABE con bienestar y prosocialidad pueden atribuirse únicamente a la varianza que estas variables comparten con la tendencia a experimentar emociones positivas. En este sentido, se espera que la EABE sea capaz de predecir las diferentes variables de bienestar y prosocialidad por encima de la varianza de las mismas que es explicada por la tendencia a experimentar afecto positivo.

#### **3.2.4. Fiabilidad**

Esperamos que la EABE muestre una consistencia interna aceptable de manera que el coeficiente  $\alpha$  de *Cronbach* presente un valor superior a .70, de acuerdo con el criterio sugerido por DeVellis (1991; citado en Bryant, King & Smart, 2007).

Para concluir, la Tabla 3.1 resume las hipótesis:

*Tabla 3.1. Hipótesis sobre las propiedades psicométricas de la EABE por secciones.*

Comprobación de la estructura multidimensional
<ul style="list-style-type: none"> <li>La ABE comprende tres dimensiones distintas pero fuertemente relacionadas: apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral.</li> </ul>
Análisis de la red nomológica
<ul style="list-style-type: none"> <li>Correlación positiva con las medidas relacionadas con la ABE: ABE (VIA-IS), implicación con la belleza, estética y autotranscendencia.</li> <li>Ausencia de correlación con las tendencias a la diversión, la búsqueda de emociones y la deseabilidad social.*</li> <li>Correlación positiva con la apertura a la experiencia, la amabilidad, la extraversión y la responsabilidad. Correlación negativa con el neuroticismo.</li> <li>Correlación positiva con la motivación de logro.</li> <li>Relación con variables de prosocialidad: Correlación positiva con confianza, altruismo, sensibilidad a los demás y empatía. Correlación negativa con materialismo y envidia.</li> <li>Relación con variables de bienestar: Correlación positiva con emociones positivas, satisfacción con la vida, vitalidad, crecimiento personal, significado o propósito en la vida y esperanza. Correlación negativa con ansiedad y depresión.</li> <li>Variables sociodemográficas: Las mujeres puntúan más alto que los hombres. Correlación positiva con la edad. Tal vez, correlación positiva con educación.</li> </ul>
Evidencia de validez incremental
<ul style="list-style-type: none"> <li>La EABE explica más varianza que la subescala de ABE del VIA-IS, la deseabilidad social y la tendencia a las emociones positivas en la predicción de variables de prosocialidad y bienestar.</li> </ul>
Fiabilidad
<ul style="list-style-type: none"> <li>Consistencia interna aceptable: <math>\alpha</math> de Cronbach mayor que .70</li> </ul>

\* Aunque sería deseable una ausencia de relación, es posible que la ABE y la deseabilidad social correlacionen positivamente.

### 3.3. Descripción general de los estudios

#### 3.3.1. Estudio 1: Exploración de los aspectos psicológicos de la apreciación de la belleza y la excelencia

##### 3.3.1.1. Introducción

Como un primer paso en el desarrollo de la escala para medir la ABE, se llevó a cabo este estudio exploratorio para examinar las situaciones o estímulos, pensamientos, emociones, conductas y motivaciones relacionadas con las experiencias cotidianas de ABE en un período de 10 días. Con el fin de obtener descripciones detalladas de la experiencia de la ABE, se diseñó un

breve cuestionario con preguntas abiertas. Se consideró que este enfoque sería particularmente útil dado el estado inicial en el que la investigación sobre la ABE se encuentra.

### **3.3.1.2. Método**

#### *Participantes*

El estudio se presentó en una de las clases de la licenciatura de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, impartida por una de las directoras de esta tesis, como un ejercicio adicional y voluntario dentro de la parte práctica de la asignatura. Aquellos estudiantes que participaran, recibirían una pequeña bonificación en su calificación. Once mujeres (edad media = 22,  $DT = 2.73$ , rango = 20-28) decidieron participar en el estudio.

#### *Procedimiento*

Los participantes recibieron por correo electrónico un pequeño formulario con una serie de preguntas, y se les pidió que las respondieran y las devolvieran a la investigadora todas las noches durante un período de 10 días. Los participantes fueron instruidos como sigue:

En la vida, a veces ciertas situaciones o estímulos pueden atraer nuestra atención por su belleza (por ejemplo, en el arte, la música, la naturaleza, etc.) o su carácter de excelencia (por ejemplo, las capacidades, los talentos o las virtudes de los demás). A menudo, estas situaciones producen ciertas emociones y nos hacen sentir conectados con lo que las ha causado. Por favor, en primer lugar, describe en detalle cinco situaciones específicas donde hoy hayas reconocido algo hermoso o excelente y a lo que te sentías conectado de alguna manera y, a continuación, responde a las siguientes preguntas. Para cada situación que describas, por favor, utiliza todo el espacio que necesites; cuanta más información puedas proporcionar, mejor. Muchas gracias por participar en este estudio.

A continuación, para cada una de las situaciones descritas, se les pidió que describieran los (a) pensamientos, (b) emociones y (c) comportamientos, o la motivación para hacer algo, que tuvieron en ese momento. También se les pidió que especificaran los estímulos y las características de estos estímulos que provocaron estos pensamientos, emociones y conductas.

Se desarrolló un esquema de codificación para categorizar las características narrativas de las respuestas en base a (a) consideraciones teóricas y (b) una lectura previa de las respuestas de los participantes. Se codificaron un subconjunto de 70 situaciones descritas por los participantes, escogidas de forma aleatoria de un total de 125.

### 3.3.1.3. Resultados

#### *Belleza, excelencia moral y excelencia no moral*

En primer lugar, las situaciones descritas se codificaron como episodios de apreciación de la belleza (B), de excelencia moral (EM) y de excelencia no moral (ENM).

La mayor parte de las situaciones representaban episodios de apreciación de la belleza. Las experiencias de apreciación de la excelencia moral y no moral fueron mencionadas con la misma frecuencia. Además, algunas de las situaciones descritas representaban simultáneamente más de un tipo de apreciación. La Tabla 3.2 muestra el porcentaje de ocurrencia de cada tipo de apreciación. Estas categorías son mutuamente excluyentes.

*Tabla 3.2. Categorías y porcentaje de situaciones de apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral (N = 70).*

Categoría	%	Ejemplo
B	38.80	Un paisaje hermoso con unos dientes de león enormes.
EM	16.42	El coraje de un periodista que defiende la libertad de prensa en un país censurado.
ENM	16.42	El ingenio de un caricaturista.
EM y ENM	10.45	La idea (ENM) y la solidaridad (EM) de un psicólogo que creó una ONG.
B y ENM	8.95	La belleza de una canción (B) y el talento de la pianista que la interpreta (ENM).
B y EM	7.46	Una canción hermosa sobre la esperanza (B) interpretada por un cantante que es un luchador (EM).
B, EM y ENM	1.49	Una canción hermosa (B) de un grupo con talento (ENM) en el que la cantante denuncia valientemente problemas sociales (EM).

#### *Estímulos*

En cuanto al tipo de estímulos que se consideraron bellos o excelentes, moralmente o no, la Tabla 3.3 muestra las categorías observadas y el porcentaje que suponen sobre el total de situaciones dentro de cada categoría (es decir, apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral o apreciación de la excelencia no moral). Algunos de los estímulos se codificaron en más de una categoría. Por ejemplo, una de las participantes describió una fotografía de un paisaje natural como hermosa. Apreció la calidad artística de la fotografía y, al mismo tiempo, consideró que el paisaje era hermoso. Por lo tanto, esta situación se codificó como "fotografía" y como "paisaje natural". Otra participante describió un padre jugando con su bebé. Según ella, tanto el bebé (categoría "personas") como ver al padre cuidándolo era bello

(categoría "relaciones" que reflejan el amor). Por lo tanto, estas categorías no son mutuamente excluyentes.

En cuanto a la apreciación de la belleza (B), el 51.51% de las situaciones descritas correspondían a la naturaleza (paisajes y animales) y el 39.39% implicaban el arte (música, fotografías y dibujos). Otras situaciones de apreciación de la belleza tenían que ver con otras personas, con las relaciones entre los seres vivos (es decir, entre los seres humanos, entre otros animales, y entre los seres humanos y otros animales) y con paisajes urbanos. En relación con la excelencia moral (EM), los participantes apreciaron características de otras personas que podrían ser codificadas como fortalezas del carácter (Peterson & Seligman, 2004). De las situaciones descritas, el 90% correspondían a la virtud de coraje (valentía, vitalidad, persistencia e integridad), el 30% a la virtud de humanidad (amabilidad y capacidad de amar y ser amado), y el 10% a la trascendencia (agradecimiento y humor). Con respecto a la excelencia no moral (ENM), los participantes describieron situaciones relacionadas con un rendimiento óptimo, con personas que fueron las primeras en lograr algo, y con ciertas características especiales de las personas como un talento, inteligencia o ingenio extraordinarios. La mayor parte de los estímulos de apreciación de la excelencia no moral también fueron codificados según diversas áreas de actuación humana tales como el arte, el deporte o las actividades intelectuales. La mayor parte de estos casos, el 47.61%, estaban relacionados con el arte (músicos, artistas plásticos y directores de cine).

*Tabla 3.3. Categorías y porcentajes de los estímulos observados en la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral (N = 70).*

	Categoría	%
B	Paisaje natural	33.33
	Música	24.24
	Animales	18.18
	Personas	18.18
	Relaciones entre los seres vivos	18.18
	Paisaje urbano	12.12
	Fotografía	12.12
	Dibujo	3.03
EM	Valor (coraje, capacidad de recuperación)	60.00
	Amabilidad (generosidad, solidaridad)	25.00
	Vitalidad	15.00
	Persistencia	10.00
	Amor	5.00
	Perspectiva	5.00
	Gratitud	5.00
	Humor	5.00
	Integridad	5.00
ENM	Cualidad personal (talento, habilidad, ingenio, inteligencia)	57.14
	Rendimiento óptimo	42.85
	Logro (ser el primero en lograr algo)	33.33
	Músicos	33.33
	Intelectuales	28.57
	Artistas plásticos	9.52
	Directores de cine	4.76
	Atletas	4.76

### *Pensamientos*

En cuanto a los pensamientos descritos por los participantes en la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la no moral, la mayor parte de ellos eran simplemente expresiones de aprecio y asombro como "¡Era tan hermoso!" (B), "Qué persona valiente" (EM), o "¡Es genial!" (ENM). La Tabla 3.4 muestra las categorías observadas.

Al apreciar la belleza, algunos participantes también pensaron que les gustaría percibir el estímulo en persona, por ejemplo, yendo al lugar representado en una imagen. Otros participantes pensaron en la perfección de la naturaleza, otros pensaron que era triste que ese lugar tan bonito fuera a desaparecer y, por tanto, que no serían capaces de verlo más. Algunos participantes también dijeron no recordar o no pensar en nada.



En cuanto a la apreciación de la excelencia moral, a algunos participantes la apreciación de ciertas fortalezas en una persona concreta les llevó a reflexionar sobre esas fortalezas y a pensar en otras personas que también las tenían. A otros les indujo un sentido de esperanza o, también, les hizo pensar en las cosas que podrían cambiar de sí mismos, es decir, les llevó al deseo de mejorar como persona. Una vez más, algunos participantes simplemente no pensaron en nada en particular.

En relación con la apreciación de la excelencia no moral, algunos participantes reflexionaron sobre el logro de la persona excelente apreciada. Otros expresaron el deseo de desarrollar la misma habilidad de la persona apreciada. Por ejemplo, un participante que apreció la excelencia de un jugador de tenis mientras éste jugaba un partido, declaró su deseo de inscribirse en clases de tenis, una actividad que solía disfrutar mucho. Todos los participantes que informaron de esta motivación para desarrollar la habilidad específica que habían apreciado, declararon que solían tener un interés particular en esa habilidad en concreto. En otras palabras, parece que estos participantes apreciaron habilidades que coinciden en parte con sus propias habilidades e intereses, y se sintieron motivados a desarrollar esa habilidad específica, pero no otras. Por último, algunos participantes pensaron sobre la capacidad ilimitada de los seres humanos en alcanzar ciertos logros, lo que podría implicar un sentido de esperanza.

*Tabla 3.4. Categorías y porcentajes de los pensamientos descritos en la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral (N = 70).*

	Categoría	%
B	Expresiones que reflejan apreciación	77.41
	Nada	12.9
	Deseo de percibir el estímulo en persona	6.45
	Perfección de la naturaleza	6.45
	Tristeza por la eventual desaparición del estímulo hermoso	3.22
EM	Expresiones que reflejan apreciación	63.63
	Reflexión acerca de la fortaleza apreciada	27.27
	Esperanza	22.72
	Nada	4.54
	Deseo de mejorar como persona	4.54
ENM	Expresiones que reflejan apreciación	81.25
	Reflexión sobre el logro apreciado	25
	Deseo de desarrollar la habilidad específica apreciada	12.5
	No hay límite para los logros del ser humano (esperanza)	6.25

## *Emociones*

En lo que se refiere a las emociones experimentadas al apreciar la belleza, la excelencia moral y la excelencia no moral, los participantes sintieron principalmente asombro, admiración, alegría y placer o una sensación agradable en general (ver Tabla 3.5).

En cuanto a la apreciación de la belleza, vale la pena señalar que las emociones de ternura y afecto se registraron en situaciones que reflejan el amor entre seres vivos. Otras emociones descritas fueron una sensación de paz y tranquilidad, esperanza, alegría, curiosidad, *flow* (experiencia óptima) y plenitud. Además, es interesante señalar que, aunque las emociones experimentadas fueron principalmente positivas, algunos participantes experimentaron tristeza al apreciar la belleza. Por ejemplo, uno de los participantes, que era extranjero y estaba lejos de su país, dijo que se sentía triste al apreciar una situación hermosa porque deseaba poder compartir ese momento con su familia y amigos. Otro participante describió un paisaje natural y dijo que se sentía triste porque los seres humanos están destruyendo el hermoso planeta en que vivimos. Una participante también contó que al apreciar la belleza de algunas fotografías, como éstas retrataban a personas que viven en la pobreza, también se sintió triste.

En cuanto a la apreciación de la excelencia moral, además de asombro, admiración, alegría, felicidad, ilusión y una sensación agradable, los participantes también describieron emociones de esperanza, curiosidad, sentirse motivado aunque no especificaron a hacer qué, una sensación agri dulce, ternura y relajación.

En cuanto a la apreciación de la excelencia no moral, además de asombro, admiración, sorpresa, alegría y una sensación placentera, los participantes experimentaron curiosidad, empatía, un aumento de energía, esperanza, motivación, inspiración y una sensación agri dulce.

En cuanto a la sensación agri dulce experimentada al apreciar la excelencia moral y la no moral, por ejemplo, uno de los participantes apreció la valentía de un periodista (excelencia moral) que luchaba contra la corrupción en su país, pero esta situación le recordaba esa corrupción y le hacía sentirse preocupada. En el caso de la apreciación de la excelencia no moral, otro participante que apreciaba el talento de un músico que tocaba en el metro, dijo que era injusto que una persona con tanto talento tuviera que estar tocando allí, lo que le generó estos sentimientos agri dulces.

Nos ha parecido oportuno considerar para el análisis la sensación agri dulce y la tristeza experimentadas en algunos casos, a pesar de que estas situaciones podrían contaminar el análisis de las emociones asociadas con la ABE, porque podrían proporcionar información relativa a esta experiencia. Por ejemplo, podrían sugerir la necesidad de un contraste para apreciar la excelencia, o la posibilidad de apreciar la belleza en las dificultades de la vida.

*Tabla 3.5. Categorías y porcentajes de las emociones descritas dentro de la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral (N = 70).*

	Categoría	%
B	Placer	38.88
	Alegría	38.88
	Ternura, afecto, empatía	22.22
	Asombro, admiración	19.44
	Paz, tranquilidad	19.44
	Esperanza	11.11
	Vitalidad, energía	8.33
	Tristeza	8.33
	Curiosidad	2.77
	<i>Flow</i> (experiencia óptima)	2.77
	Plenitud	2.77
EM	Asombro, admiración	70.00
	Alegría, felicidad, ilusión	50.00
	Sensación placentera	20.00
	Esperanza	15.00
	Curiosidad	10.00
	Motivación	10.00
	Sensación agri dulce	10.00
	Ternura	5.00
	Relajación	5.00
ENM	Asombro, admiración, sorpresa	66.60
	Alegría	37.50
	Placer	25.00
	Curiosidad	12.50
	Empatía	8.33
	Energía	4.16
	Esperanza	4.16
	Motivación	4.16
	Inspiración	4.16
	Sensación agri dulce	4.16

### *Comportamientos y/o motivaciones*

En cuanto a las conductas, o motivaciones para hacer algo, asociadas con las tres dimensiones de la ABE, la Tabla 3.6 muestra las categorías observadas.

En el caso de la apreciación de la belleza, el comportamiento más frecuentemente realizado fue continuar percibiendo el estímulo, incluyendo fotografiar el objeto como una manera de conservar la imagen, e ir al lugar representado en una imagen para verlo en persona. Por lo tanto, los participantes principalmente siguieron percibiendo, o habrían deseado continuar percibiendo, el estímulo mejor y durante más tiempo. Los participantes también contaron a otras personas lo que habían apreciado. Algunas personas también mencionaron que interactuaron de alguna manera con aquello que apreciaron, por ejemplo, al tocar un perro que les había parecido bonito, o al mirar y sonreír a la persona a la cual habían apreciado. Otras informaron también de la motivación a cuidar el objeto bello. Por ejemplo, algunos participantes describieron un sentido de obligación de cuidar el planeta después de apreciar la belleza de la naturaleza. Otros comportamientos fueron la creación de algo bello, no hacer nada y sentirse con energía para hacer algo aunque no sabían exactamente qué. En el caso de la creación de algo bello, una de las participantes apreció la belleza de su propio trabajo (una fotografía), lo que la motivó a crear más belleza y a alcanzar la excelencia (en este caso, a hacer buenas fotografías y a mejorar como fotógrafa).

En cuanto a las conductas o motivaciones asociadas a la apreciación de la excelencia moral, el comportamiento más frecuente fue conectar o interactuar con la persona excelente. Por ejemplo, algunos participantes expresaron el deseo de cuidar de la persona, de abrazarla, de ayudarla, de sonreírle y de darle las gracias personalmente. En la mayor parte de las situaciones en las que los participantes informaron de estas motivaciones, se apreció la resiliencia de una persona en circunstancias difíciles, por lo que cabría la posibilidad de que estas motivaciones hubiesen sido causadas por sentimientos de compasión por sus circunstancias y no tanto por la apreciación de su excelencia. Por lo tanto, sería posible que esta reacción se debiera a una compasión hacia la persona más que a un sentido de apreciación de su excelencia. Algunos participantes también experimentaron una motivación para comportarse de manera moral que reflejaba el tipo de excelencia moral apreciada. Por ejemplo, uno de los participantes dijo que se sentía motivado a trabajar en una ONG después de conocer el caso de un psicólogo que fundó una ONG para ayudar a personas con SIDA. Como otro ejemplo, otro participante dijo que se sintió motivado a dar dinero después de apreciar la acción del ayuntamiento de un pueblo pequeño que donó dinero para ayudar a la gente de otro país que había sufrido un desastre natural. Otras respuestas incluían no hacer nada, seguir percibiendo a la persona excelente o querer saber más sobre ella, así como contarle a la gente acerca de la persona excelente.

En relación a las conductas o motivaciones asociadas con la apreciación de la excelencia no moral, lo más frecuente era seguir percibiendo a la persona excelente más tiempo, verla en persona y saber más sobre ella. Otra motivación descrita fue desarrollar la habilidad específica apreciada. Este resultado ha sido mencionado al describir los pensamientos de los participantes al

apreciar la excelencia no moral. Como ya hemos explicado, algunos participantes estaban motivados para desarrollar las mismas habilidades apreciadas en otros, como por ejemplo, jugar bien al tenis o desarrollar un interés intelectual en la filosofía. Los participantes también expresaron su motivación para conectar o interactuar con la persona excelente, por ejemplo, mediante el reconocimiento personal de su mérito, preguntarle acerca de sus logros, o simplemente hablar con ella. Otras motivaciones o comportamientos descritos incluían contarles a los demás acerca de la persona excelente, y no hacer nada.

*Tabla 3.6. Categorías y porcentajes de conductas/motivaciones dentro de la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral (N = 70).*

	Categoría	%
B	Percibir los estímulos	60.6
	Contarles a los demás acerca del estímulo	18.18
	Conectar, interactuar con el estímulo	15.15
	Proteger el estímulo	15.15
	Crear algo hermoso	12.12
	Nada	12.12
	Con energía para hacer algo inespecífico	6.06
EM	Conectar, interactuar con la persona excelente	37.50
	Comportarse de forma relacionada con la excelencia específica apreciada	25.00
	Nada	18.75
	Percibir el estímulo, saber más sobre la persona excelente	12.50
	Contarles a los demás sobre la persona excelente	12.50
ENM	Percibir el estímulo, saber más sobre la persona excelente	26.30
	Desarrollar la habilidad específica apreciada	21.05
	Conectar, interactuar con la persona excelente	21.05
	Contar a los demás algo relacionado con la persona excelente	21.05
	Nada	10.52

### **3.3.1.4. Conclusión**

Este estudio exploró el tipo de estímulos, pensamientos, emociones, conductas y motivaciones asociadas con las tres dimensiones de la ABE. Las situaciones descritas se refirieron principalmente a la apreciación de la belleza, lo que sugiere que quizá las personas son más sensibles a la belleza que a la excelencia, o que quizá el entorno ofrece, en general, más oportunidades para apreciar la belleza que la excelencia. Con respecto a los episodios de apreciación de la excelencia moral y no moral, éstos se dieron con la misma frecuencia. En

algunos casos, las situaciones descritas representaban más de un tipo de apreciación simultáneamente lo que refleja su estrecha relación. En cuanto al tipo de estímulos, en la apreciación de la belleza éstos estaban relacionados principalmente con la naturaleza, lo cual concuerda con estudios previos (Cohen *et al.*, 2010), pero también con el arte, otras personas, las relaciones entre los seres vivos y los paisajes urbanos. En relación a la excelencia moral, se apreciaron sobre todo el valor de otras personas y su resiliencia, pero también su bondad, vitalidad, persistencia, capacidad de amar y ser amado, perspectiva, gratitud, humor e integridad. Por otro lado, la excelencia no moral se asoció con el rendimiento óptimo, los logros y determinadas cualidades de otras personas, tales como el talento o la inteligencia, sobre todo de artistas, intelectuales y deportistas.

Los pensamientos asociados con la ABE fueron principalmente expresiones de apreciación y asombro, lo cual concuerda con la idea de que en estas experiencias el estímulo percibido se evalúa de manera positiva y es difícil de acomodar en las estructuras mentales del sujeto en ese momento (Keltner & Haidt, 2003). También reflexionaron sobre las cualidades sobresalientes del objeto o persona apreciada y expresaron el deseo de percibirlo durante más tiempo, lo que parece reflejar el interés del individuo y su esfuerzo en entender aquello que ha percibido así como en actualizar el contenido de sus estructuras mentales. Asimismo, hubo algunos participantes que no pensaron en nada concreto lo cual parece coherente con los estados de absorción típicos de la ABE. Otros pensaron en que querían ser mejores personas o desarrollar las habilidades apreciadas, aspectos motivacionales que discutimos más adelante, y que podrían surgir, entre otras causas, de la esperanza que genera la visión de hasta dónde puede llegar el ser humano. En general se describieron pensamientos positivos sobre el mundo y sobre otras personas, lo cual coincide con lo observado en estudios previos (Cohen *et al.*, 2010).

Las emociones experimentadas fueron, principalmente, asombro, admiración, alegría y una sensación agradable, lo que es consistente con la conceptualización de ABE propuesta por Haidt y Keltner (2004) así como con las descripciones de las experiencias cumbre (Maslow, 1968/2007), y los estudios previos sobre episodios de profunda belleza (Cohen *et al.*, 2010) y de apreciación de la excelencia (Algoe & Haidt, 2009). Además, el asombro y la admiración están muy relacionadas con el sobrecogimiento, emoción que aumenta el procesamiento sistemático y la acumulación de información (Griskevicius *et al.*, 2010), lo cual parece consistente con lo que acabamos de describir sobre el intento del individuo de acomodar lo percibido en sus estructuras mentales.

Además de estas emociones, en la apreciación de la belleza se sintieron ternura, afecto, empatía, sensación de paz y tranquilidad, esperanza, alegría, curiosidad, *flow* (experiencia óptima), plenitud y tristeza. En la apreciación de la excelencia moral, otras emociones descritas fueron esperanza, curiosidad, sentimiento de motivación, sensación agri dulce, ternura y relajación. Y en la apreciación de la excelencia no moral, curiosidad, empatía, energía, esperanza, motivación, inspiración y sensación agri dulce.

Como se puede observar, surgen emociones de distinto nivel de activación, lo cual es consistente con las ideas de Kant (1764/2008) o Armstrong y Detweiler-Bedell (2008). Algunas

de las emociones observadas ante la belleza coinciden con las descritas en el estudio de Shiota *et al.* (2007) sobre la experiencia ante una escena natural muy hermosa, las cuales fueron sobrecogimiento, amor, éxtasis y una satisfacción llena de paz. Las emociones de ternura y afecto coinciden con las propuestas filosóficas de que la belleza y la excelencia despiertan el amor, idea que quizá podría verse reflejada en los resultados de algunos estudios de neuroimagen (Takahashi *et al.*, 2008) en los que se ha observado una relación entre la valoración de lo loable de la excelencia moral y el córtex orbitofrontal, área que también se ha asociado con el amor materno (Bartels & Zeki, 2004). Sobre el amor, Algoe y Haidt (2009) observaron que se experimentaba más ante la excelencia moral que ante la excelencia no moral, lo cual concuerda con nuestros resultados ya que en las experiencias de excelencia moral se describen sentimientos de ternura. La experiencia de sentirse energizado ante la excelencia no moral también fue descrita por Algoe y Haidt (2009), y la inspiración ante las habilidades extraordinarias de los demás o de sus logros por Thrash y Elliott (2003). Por tanto, se puede observar que, en general, la ABE está asociada con una valencia emocional positiva. No obstante, también se ha visto que cuando la belleza y la excelencia no son protegidas o reconocidas adecuadamente, se puede producir un cierto malestar, lo que se asemeja a las afirmaciones de Pargament y Mahoney (2005) sobre los efectos negativos a nivel emocional de la violación de lo sagrado. También Shaftesbury (citado en Bayer, 1961) reparó en el hecho de que la sensibilidad especial del virtuoso hacia la belleza y la excelencia, se aplicaba también a la ausencia de las mismas. Estas emociones, a pesar de su valencia negativa, podrían tener una función importante pues posiblemente motiven conductas éticas dirigidas a proteger aquello que se aprecia.

Por último, las manifestaciones comportamentales y motivaciones asociadas con la ABE fueron, principalmente, seguir procesando el estímulo, el deseo de interactuar con él, cuidarlo, hablar a los demás sobre él, y emular el comportamiento de la persona excelente, en el caso de la apreciación de la excelencia moral y no moral, y crear algo hermoso, en el caso de la apreciación de la belleza, es decir, tratar de generar más excelencia y belleza.

Estas manifestaciones conductuales parecen estar relacionadas, por un lado, con la ampliación del conocimiento que hemos comentado previamente, de manera consistente con la idea de Armstrong y Detweiler-Bedell (2008), quienes sostienen que la belleza como emoción, a diferencia de la mayoría de las emociones, no implica unos objetivos conductuales específicos, sino que es reflejo de los objetivos más abstractos, epistémicos, de la mente.

Por otro lado, también se observaron conductas de acercamiento al objeto o persona apreciados, lo que concuerda con los estudios de neuroimagen (Takahashi *et al.*, 2008) que encontraron una mayor actividad en áreas que parecen estar relacionadas con conductas de acercamiento en la apreciación de la excelencia moral. Esto también es consistente con la teoría evolucionista del prestigio de Henrich y Gil-White (2001) según la cual las personas que aprecian la excelencia en los demás, es decir, aquellos aprendices sociales que eran capaces de evaluar los potenciales modelos y copiar a los mejores, sentían admiración y deseos de proximidad con la persona prestigiosa y se sentían motivados a desarrollar una relación con ella para maximizar el aprendizaje y compartir su prestigio. De nuevo surge aquí la importancia de la

adquisición de información en la ABE. También Algoe y Haidt (2009) encontraron que en la apreciación de la excelencia en general las personas se sentían más motivadas a mejorar la reputación de la persona excelente, a querer imitar su comportamiento, a hacer cosas por ella y por los demás en general, a mejorar ellos mismos, y a tener una nueva perspectiva sobre las cualidades positivas de la otra persona, resultados que también se dan en nuestro estudio.

Con respecto a la imitación de las conductas excelentes, según nuestros resultados, las conductas motivadas por la apreciación de la excelencia eran muy similares a las conductas observadas, especificidad que también ha sido descrita en otros estudios (Freeman *et al.*, 2009; Cox, 2010). Con respecto a las conductas de cuidado, también en el presente estudio algunos participantes expresaron el deseo de cuidar aquello que era percibido como bello o a la persona que demostraba excelencia moral, lo cual también se ha observado en la conducta de madres con sus bebés tras apreciar la excelencia moral (Silvers & Haidt, 2008).

En definitiva, los pensamientos, emociones, conductas y motivaciones observadas ante la ABE son coherentes con las propuestas teóricas y con la evidencia empírica disponible, y sugieren la importancia de este rasgo para la adquisición de un conocimiento del mundo que nos rodea que puede ser importante para el desarrollo hacia la excelencia de las personas y también para el propio entorno, pues mediante la ABE se establecen vínculos afectivos con las personas, los objetos y los lugares que nos rodean que motivan conductas que en última instancia les benefician. En este sentido, la ABE sería fundamental para el bienestar sostenible, entendido como el bienestar que considera las relaciones del individuo con los demás seres humanos y la naturaleza, y que aboga por un equilibrio en el bienestar de estos sistemas (Kjell, 2011), ya que unos y otros se benefician mutuamente a través de los vínculos que establecen.

Los resultados de este estudio se tuvieron en cuenta, junto con otras fuentes de información, para la creación de una batería de ítems destinados a evaluar las tres dimensiones de la ABE. La creación de esta batería de ítems y una primera evaluación de la misma se describen en el Estudio 2.

### **3.3.2. Estudio 2: Desarrollo de la batería de ítems de apreciación de la belleza y la excelencia y exploración de los factores subyacentes**

#### **3.3.2.1. Introducción**

El objetivo del Estudio 2 fue el desarrollo inicial de la Escala de apreciación de la belleza y la excelencia (EABE). Se generó una batería inicial de ítems que fueron evaluados con análisis factorial exploratorio (AFE) con el fin de comprobar si la esperada estructura de tres factores se reflejaba en los datos. Una serie de ítems fueron seleccionados para análisis posteriores (Estudio 3).



### 3.3.2.2. Método

#### *Desarrollo de la batería de ítems*

Se diseñaron 61 ítems para medir las tres facetas que componen la ABE, de los cuales 19 ítems medían la apreciación de la belleza (B), 21 ítems la apreciación de la excelencia moral (EM) y otros 21 ítems la apreciación de la excelencia no moral (ENM) (véase la Lista inicial de ítems en el Apéndice 1, p. 201).

Estos ítems se crearon a partir de las descripciones de la ABE realizadas por teóricos e investigadores de la psicología positiva (por ejemplo, Haidt & Keltner, 2004; Shiota *et al.*, 2007; Algoe & Haidt, 2009), por estar presentes en textos literarios y filosóficos (por ejemplo, Eco, Bayer, Kant, Cheng, Gadamer o Ferrucci), por ser resultado de las conversaciones con mis supervisoras y colegas, y a partir del contenido de las experiencias de ABE descritas por los participantes en el Estudio 1.

El objeto de interés en este estudio es la experiencia subjetiva de los individuos cuando se aprecia la belleza o la excelencia y no sus juicios sobre lo que es bello o excelente. Dada la subjetividad relativa de los aspectos que se pueden considerar bellos o excelentes, hemos tratado de formular los ítems en un sentido amplio, evitando, en lo posible, especificar en exceso el contexto en el que uno podría apreciar la belleza o la excelencia (p.ej., en el arte o en la naturaleza), pero, al mismo tiempo, hemos ofrecido algunos ejemplos para facilitar la comprensión de las preguntas cuando nos ha parecido oportuno. En este sentido, también se trataron de evitar situaciones específicas como el teatro o la pintura (que sí aparecen en el VIA-IS) con el fin de obtener una escala libre del nivel cultural o del acceso a la cultura. Por otro lado, parece más fácil comprender el término “belleza” que “excelencia moral” o “excelencia no moral”, por lo que en estos últimos casos se han utilizado otras expresiones para referirse a la excelencia como, por ejemplo, “talento especial” o “bondad extraordinaria”, que parecen entenderse más fácilmente. Además, para facilitar la comprensión de los ítems de excelencia, se incluyeron algunos ejemplos que reflejan las situaciones en las que parece ser más común este tipo de apreciación para lo que nos hemos basado, principalmente, en los resultados del Estudio 1. Dado que la ABE se caracteriza por la experiencia de emociones autotranscendentes (Haidt & Keltner, 2004), los pensamientos asociados con la ABE no parecen ser demasiado distintivos y, en general, no hay una respuesta comportamental clara, tratamos de centrarnos principalmente en la experiencia emocional subjetiva de los individuos y no en sus pensamientos y comportamientos.

Aunque las tres dimensiones de la ABE parecen estar muy relacionadas y pueden superponerse considerablemente en algunas situaciones de la vida real (Estudio 1), intentamos definir los ítems de cada dimensión teniendo en cuenta sus aspectos más idiosincrásicos. Por otra parte, tratamos de incluir respuestas emocionales de alta y baja activación para evaluar las dos posibles reacciones asociadas con lo sublime y la belleza, según la definición de Kant, o la belleza suave y la belleza enérgica, en palabras de Schiller, distinción que también ha sido considerada por investigadores actuales como Armstrong y Detweiler-Bedell (2008). Asimismo,

aunque las emociones de alegría y felicidad surgen con frecuencia en la ABE (Estudio 1), se excluyeron los ítems que representaran expresiones generales de bienestar para evitar la evaluación del rasgo de afectividad positiva. Finalmente, cada ítem se redactó como una afirmación (por ejemplo, "Soy una persona muy sensible a la belleza") con la que los participantes muestran su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = no estoy de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo). Veinticuatro ítems fueron redactados de manera inversa para minimizar sesgos en las respuestas. Un pequeño grupo de colegas revisó los ítems y las instrucciones para comprobar que no eran ambiguos y que eran comprensibles.

### *Muestra y Procedimiento*

Ciento cincuenta y cuatro sujetos (101 mujeres, 53 hombres) participaron en el Estudio 2. Con el fin de reclutarlos, el estudio se anunció en carteles en la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid como parte de un seminario de 8 horas sobre psicología positiva y fortalezas del carácter que la doctoranda ofreció al público en general. El estudio fue presentado también en varias clases en la misma Facultad de Psicología, en donde se ofreció a los estudiantes la posibilidad de participar y recibir una pequeña bonificación extra en la parte práctica de la clase. Los participantes potenciales fueron informados de su derecho a retirarse en cualquier momento y se les aseguró la confidencialidad. Se les pidió que encontraran otros cinco participantes entre sus conocidos, amigos y familiares. A través de este método de bola de nieve, pretendíamos obtener una muestra más diversa. Los participantes recibieron seis hojas con la escala (una para ellos y otras cinco para las cinco personas que debían contactar) y se les dio una semana para contestarla y devolverla. Una vez contestadas las escalas, se les informó de la naturaleza de la investigación.

Las edades de los sujetos estaban comprendidas entre los 18 y los 80 años, con una edad media de 30.42 ( $DT = 14.05$ ). La mayor parte de los participantes, el 55.2%, había alcanzado la educación secundaria, el 32.5% la educación superior, el 10.4% la educación primaria, el 0.6% no había recibido educación formal y el 1.3% no informó de su educación. En cuanto a la nacionalidad, 90.7% eran españoles, 1.9% argentinos, 1.9% colombianos, 0.6% ecuatorianos, 0.6% italianos, 0.6% peruanos, 0.6% venezolanos, 0.6% portugueses, 0.6% rumanos y el 2% no informó de su nacionalidad.

Los 61 ítems de la escala que evaluaban las tres dimensiones de la ABE se presentaron de manera alternativa, con el fin de evitar una inflación de la correlación entre los elementos que pertenecen a una misma dimensión (es decir, apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral o no moral) debido al orden de presentación (es decir, la presentación de los ítems que evalúan la misma dimensión de manera agrupada, uno tras otro, podría inflar las correlaciones entre ellos). Además de responder a los ítems de la escala, también se solicitó a los sujetos que informaran acerca de cualquier ítem que fuera ambiguo o difícil de entender. Asimismo, se dejó un espacio en blanco para que pudieran hacer comentarios sobre los ítems.

### 3.3.2.3. Resultados

#### *Reducción del número de ítems*

Los ítems con una distribución de respuesta muy asimétrica y los que no mostraron respuestas en los cinco puntos de la escala fueron eliminados (nueve ítems). A continuación se llevó a cabo un análisis de fiabilidad. Los ítems con una correlación ítem-total por debajo de .25 también fueron excluidos (seis ítems). Cuarenta y seis ítems se conservaron para el análisis factorial exploratorio (AFE)

#### *Análisis factorial exploratorio de la batería de ítems*

Se llevó a cabo un AFE de ejes principales con una rotación oblicua (*Promax*) con los restantes 46 ítems, emergiendo once factores con autovalores superiores a 1. Se eliminaron los ítems con saturaciones por debajo de .40 así como los ítems con saturaciones superiores a .40 en más de un factor. Este análisis fue repetido sucesivamente, eliminando ítems de acuerdo a este criterio. Asimismo, con el fin de reducir la longitud de la escala, otros ítems fueron excluidos, dando prioridad a los que tenían mayores correlaciones ítem-total y a los que mejor representaban las tres dimensiones que se pretendían medir, dando preferencia a los que reflejaran apreciación o evaluaran la experiencia emocional de la ABE, y manteniendo el mismo número de ítems por dimensión. Finalmente se retuvieron 15 ítems<sup>16</sup>, los cuales fueron sometidos nuevamente a un AFE de ejes principales con una rotación oblicua (*Promax*). La prueba de *Bartlett* sugirió que los datos eran adecuados para un AFE,  $\chi^2(105) = 907.861$ ,  $p < .001$ , y la medida de *Kaiser-Meyer-Olkin* indicó que el tamaño de la muestra era adecuado para este tipo de análisis (.885). Se obtuvieron tres factores con autovalores superiores a 1, que explicaban el 57.9% de la varianza total. Una inspección visual del gráfico de sedimentación (*scree plot*) apoyó esta conclusión.

Los tres factores eran fácilmente interpretables. El Factor 1 estaba compuesto por los ítems correspondientes a la apreciación de la belleza (B), el Factor 2 por los de la apreciación de la excelencia moral (EM) y el Factor 3 por los de la excelencia no moral (ENM). Cada ítem saturaba fuertemente en sólo uno de los tres factores (todos los ítems tenían pesos mayores de .45 en un factor y menores de .23 en los otros dos factores) y las correlaciones ítem-total eran altas (todas estaban por encima de .40, excepto en uno de los ítems cuya correlación ítem-total era .37). La Tabla 3.7 muestra las medias, desviaciones típicas, cargas factoriales y correlaciones ítem-total de los ítems.

---

<sup>16</sup> Aunque el objetivo era seleccionar un menor número de ítems para la escala final, queríamos probar de nuevo estos 15 ítems en una muestra diferente antes de decidir qué ítems retener definitivamente.

Tabla 3.7. Medias, desviaciones típicas, cargas factoriales y correlaciones ítem-total ( $N = 154$ ).

Ítem	$M$	$DT$	Carga factorial			$I-T$
			1	2	3	
abe16	3.94	0.95	<b>.62</b>	.22	.05	.75
abe25	3.40	1.04	<b>.68</b>	.10	.03	.68
abe31	3.06	1.06	<b>.87</b>	-.15	.03	.62
abe34	3.10	1.13	<b>.78</b>	-.01	-.01	.64
abe55	3.22	1.13	<b>.62</b>	.01	.03	.55
abe8	3.95	1.05	-.03	<b>.61</b>	-.04	.44
abe14	3.73	0.95	.12	<b>.55</b>	.01	.56
abe17	3.69	0.95	-.02	<b>.55</b>	.11	.51
abe53	3.83	0.91	.14	<b>.75</b>	-.18	.58
abe56	3.79	1.01	-.16	<b>.81</b>	.11	.60
abe6	3.66	0.96	.02	.21	<b>.46</b>	.55
abe21	3.88	0.89	.02	.08	<b>.54</b>	.50
abe42	3.41	0.93	.01	-.04	<b>.82</b>	.59
abe45	3.64	0.88	.01	-.06	<b>.64</b>	.45
abe59	3.54	0.89	.07	-.06	<b>.46</b>	.37

*Nota.* Cargas factoriales superiores a .40 en negrita.  $I-T$  = correlaciones ítem-total.

Los tres factores correlacionaron significativamente entre sí (todos  $p < .001$ ). El factor de apreciación de la belleza tuvo una correlación con el factor de apreciación de la excelencia moral de  $r = .65$  y con el factor de apreciación de la excelencia no moral de  $r = .61$ . El factor de apreciación de la excelencia moral presentó una correlación con el factor de apreciación de la excelencia no moral de  $r = .59$ . Las consistencias internas fueron buenas para los tres factores, así como para el conjunto de los 15 ítems ( $\alpha$  de Cronbach del factor de apreciación de la belleza = .87,  $\alpha$  Cronbach del factor de apreciación de la excelencia moral = .79,  $\alpha$  Cronbach del factor de apreciación de la excelencia no moral = .75 y  $\alpha$  Cronbach total = .89).

### 3.3.2.4. Conclusión

Un primer paso en la construcción de una escala implica identificar las dimensiones que subyacen a las respuestas a los ítems evaluados. El análisis factorial exploratorio ayudó a construir la escala según la estructura que esperábamos encontrar en base a la definición de la ABE que se ha hecho en psicología positiva (Haidt & Keltner, 2004), indicando que los ítems que habíamos desarrollado evaluaban esta concepción de la ABE del modo deseado. Aunque la consideración de si dos o más variables pertenecen a un mismo constructo depende fundamentalmente de la teoría, el hecho de que los tres factores estuvieran fuertemente interrelacionados sugiere que la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral formarían parte de un mismo constructo. Sin embargo,

ya que las correlaciones entre las tres dimensiones eran inferiores a .85, podría considerarse que este constructo está formado por tres facetas distintas. Por tanto, nuestros datos ofrecen evidencia inicial a favor de la propuesta de Peterson y Seligman (2004). No obstante, para poder confirmar este planteamiento será necesario comparar con otros métodos el ajuste a los datos de distintos modelos factoriales, incluyendo un modelo de segundo orden con una única variable latente que abarque estas tres dimensiones, lo cual se llevará a cabo en el siguiente estudio. Por otro lado, las consistencias internas de los factores y del conjunto de los ítems fueron buenas. La mayoría de los ítems tenían distribuciones relativamente simétricas, aunque los que integraban los factores de excelencia, especialmente el de la apreciación de la excelencia moral, tenían distribuciones ligeramente sesgadas negativamente. Esta tendencia de respuesta podría deberse a la redacción de los ítems, pero también podría estar reflejando una tendencia general a puntuar alto en estas dimensiones, es decir, poca variabilidad o influencia de la deseabilidad social. Por esta razón, los ítems que presentaron esta asimetría fueron reformulados en el siguiente estudio en un intento de obtener respuestas con distribuciones más normales. Con el objetivo de confirmar el modelo de apreciación de la belleza y la excelencia como un único constructo compuesto por tres facetas, comprobar de nuevo sus consistencias internas, y obtener datos sobre la validez de la escala, se realizó un estudio adicional que usó un formato online con una muestra más grande y más diversa (Estudio 3).

### **3.3.3. Estudio 3: Confirmación de la estructura factorial y evaluación de las propiedades psicométricas de la escala**

#### **3.3.3.1. Introducción**

El Estudio 3 tuvo los siguientes objetivos:

1. Seleccionar los ítems definitivos para la escala y confirmar la estructura de tres factores con una nueva muestra.
2. Comparar el modelo de tres factores con modelos alternativos que representen un modelo unidimensional y varios modelos bidimensionales.
3. Examinar si una estructura factorial de segundo orden se ajusta mejor a los datos.
4. Estudiar la consistencia interna de la escala (fiabilidad).
5. En caso de que el mejor modelo fuera multidimensional, inspeccionar evidencia adicional sobre esta estructura mediante un test de heterogeneidad de las correlaciones de sus diferentes dimensiones con las variables de la red nomológica. Esta heterogeneidad indicaría que cada una de las dimensiones de la escala se relaciona de manera distinta con diversas variables y que, por tanto, es distinta a las otras dimensiones, lo que ofrecería más apoyo a la estructura multidimensional.
6. Examinar las correlaciones de la red nomológica y calcular dos índices cuantitativos,  $r_{alerting}$  y  $r_{contrast}$ , que indican si el patrón observado de las correlaciones de la medida que se está evaluando con un conjunto de medidas criterio se ajusta al patrón predicho.

7. Demostrar que la ABE no se puede explicar completamente por los cinco factores de la personalidad y que, por lo tanto, es un constructo único y digno de atención por derecho propio.
8. Examinar evidencias sobre la validez incremental de la medida, mediante el examen de su poder explicativo en la predicción de determinadas variables de bienestar y prosocialidad más allá de (1) la subescala de la ABE del VIA-IS, (2) la deseabilidad social y (3) la tendencia a experimentar emociones positivas.

### **3.3.3.2. Método**

#### *Participantes*

Una muestra de 344 participantes (234 mujeres, 98 hombres, 12 no lo indican) participaron en el Estudio 3. La muestra estaba compuesta, principalmente, por participantes españoles (92.7%), pero también de Uruguay (1.7%), Perú (0.9%), Puerto Rico (0.6%) y Venezuela (0.6%). Un 3.5% no indicaron su nacionalidad. Los participantes eran en su mayoría residentes en España (91.3%), pero algunos participantes estaban viviendo en Uruguay (1.5%), en el Reino Unido (1.5%) y en Suecia (0.3%). Algunos de los participantes (5.5%) no comunicaron su país de residencia. Sus edades estaban comprendidas entre los 18 y los 72 años ( $M = 30.53$ ,  $DT = 13.78$ ). En cuanto al nivel de educación, el 61% había completado la educación secundaria, el 33.5% la educación universitaria, el 2% la educación primaria y el 3.5% no indicó su nivel de educación.

#### *Procedimiento*

El estudio fue presentado en varias clases en la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid como una investigación sobre la forma de pensar, sentir y actuar en diferentes situaciones. Los estudiantes fueron invitados a participar en el estudio y recibieron una pequeña bonificación extra en la parte práctica de una clase. Asimismo, la investigadora publicó un anuncio del estudio en redes sociales y envió a sus contactos un correo electrónico, invitándoles a participar y a difundir el anuncio. Como compensación por su participación, a todos los participantes se les ofreció la posibilidad de obtener un informe de personalidad y fueron informados de su derecho a retirarse en cualquier momento y de la confidencialidad de sus respuestas.

Se creó una encuesta con formato online, que incluyó la evaluación de los ítems de la ABE así como otras medidas, con la intención de obtener una muestra más diversa y de mayor tamaño. Con el fin de reducir la carga para los participantes y los efectos del cansancio o del aburrimiento en sus respuestas, las medidas se organizaron en tres bloques que debían ser respondidos en tres días diferentes, alternando con un día de descanso entre bloque y bloque. Las medidas fueron asignadas aleatoriamente a uno de los tres grupos de instrumentos tratando de que el número de ítems por bloque fuera relativamente homogéneo. El orden de presentación de las medidas dentro de cada grupo, así como el orden en el que los participantes tenían que

responder a los tres bloques también fue establecido al azar. Los participantes recibieron los enlaces a los tres grupos de medidas que constituyen la encuesta online y se les dio una semana para responder. Para controlar los efectos de la deseabilidad social, además de asegurar la confidencialidad de los datos, los sujetos fueron informados de que se habían incluido algunas preguntas para evaluar la sinceridad. Al finalizar el estudio, todos fueron informados de la naturaleza de la investigación.

Además de los 15 ítems que evaluaban la ABE, que fueron seleccionados en el Estudio 2, en este estudio se incluyeron 9 nuevos ítems. Básicamente, eran reformulaciones de algunos de los ítems del Estudio 2 que habían mostrado distribuciones asimétricas, o que no habían funcionado bien en el AFE pero que eran interesantes por su contenido. También se sustituyó la escala Likert inicial de 5 puntos por una de 7 puntos con el fin de mejorar la sensibilidad de la escala a las respuestas.

### *Medidas*

*Subescala de Apreciación de la belleza y la excelencia del Inventario de fortalezas de Valores en Acción (Values in Action Inventory of Strengths, VIA-IS; Peterson & Seligman, 2004).* Se utilizó la versión en español disponible en <http://www.authentic happiness.sas.upenn.edu/Default.aspx> (Centro de Psicología Positiva de la Universidad de Pensilvania, EE.UU.). Se compone de 10 ítems incluidos en el cuestionario VIA-IS, que consta de 240 ítems. Utiliza una escala Likert de 5 puntos para medir el grado en que los encuestados se identifican con una serie de afirmaciones que tienen que ver con sus fortalezas. La subescala de ABE mide principalmente la apreciación de la belleza (7 ítems), pues tiene sólo un ítem de apreciación de la excelencia moral y ninguno de apreciación de la excelencia no moral. Los ítems restantes evalúan el maravillarse en general y la creación de algo bello. Peterson y Seligman (2004) indicaron que la subescala de ABE tenía un alfa superior a .70 y una correlación test-retest de 4 meses superior a .70. Otros estudios han indicado alfas en el rango de .74 a .84 (Diessner *et al.*, 2008; Linley *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Ruch *et al.* 2010). En el estudio actual, el alfa fue .85.

*Escala de implicación con la belleza (Engagement with beauty scale, EBS, Diessner et al., 2008).* Se utilizó una versión española que fue desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa con hablantes nativos de inglés que eran bilingües inglés-español. Esta escala consta de 14 ítems y utiliza un formato de respuesta de 7 puntos tipo Likert. La escala consta de tres subescalas que miden la implicación con la belleza natural, artística y moral (lo que equivaldría a la apreciación de la excelencia moral), respectivamente. Por tanto, no evalúa el componente de excelencia no moral de la ABE. Diessner *et al.* (2008) indicaron alfas de Cronbach para la escala total de .90; para la subescala de implicación con la belleza natural, .80; para la subescala de implicación con la belleza artística, .87, y para la subescala de implicación con la belleza moral, .85. También informaron de una correlación test-retest de una semana de  $r = .85$  para la escala total;  $r = .84$  para la implicación con la belleza natural;  $r = .77$

para la implicación con la belleza artística, y  $r = .61$  para la implicación con la belleza moral. En el estudio actual, los alfas fueron .92 para la puntuación total; .87 para la subescala de belleza natural, .88 para la subescala de belleza artística, y .89 para la subescala de belleza moral.

*Inventario NEO de Cinco Factores (NEO Five-Factor Inventory, NEO-FFI, Costa y McCrae, 1992).* Se utilizó la edición experimental de la adaptación española (Avia, Silva & Sanz, 1997-2000), que ha demostrado una fiabilidad interna aceptable e índices de validez factorial similares a los presentados por la versión original en inglés de Costa y McCrae (1992). El NEO-FFI es una versión abreviada del NEO-PI-R que comprende 60 ítems, y utiliza una escala de respuesta tipo Likert de 5 puntos. Este inventario mide las cinco grandes dimensiones de la personalidad, es decir, la apertura a la experiencia, la amabilidad, la responsabilidad, la extraversión y el neuroticismo. Costa y McCrae (1988) indicaron valores alfa de .89 en neuroticismo, .79 en extraversión, .76 en apertura, .74 en amabilidad y .84 en responsabilidad. Robins, Fraley, Roberts y Trzesniewski (2001) observaron correlaciones test-retest de dos semanas de .89, .86, .88, .86 y .90 para las escalas de neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, amabilidad, y responsabilidad, respectivamente. En el estudio actual, los valores de alfa fueron .77 en apertura a la experiencia, .76 en amabilidad, .88 en responsabilidad, .80 en extraversión, y .84 en neuroticismo.

*Inventario de Personalidad NEO Revisado (The Revised NEO Personality Inventory, NEO-PI-R, Costa y McCrae, 1992).* El NEO PI-R es un instrumento ampliamente utilizado para la evaluación de la personalidad. Se utilizó la versión española experimental de Avia (1994, 2000) para medir algunas facetas específicas, en concreto la apertura a la estética, la búsqueda de emociones, la sensibilidad a los demás, la confianza, el altruismo, la necesidad de logro, la ansiedad, la depresión y las emociones positivas. Costa y McCrae (1992) observaron alfas de .76, .65, .56, .79, .75, .67, .78, .81 y .73, en las respectivas escalas. En el presente estudio, los valores de alfa fueron .81, .60, .49, .81, .71, .75, .78, .84 y .76, respectivamente. Cada escala tiene 8 ítems que se responden mediante una escala tipo Likert de 5 puntos. La escala de *apertura a la estética* mide la apreciación del arte y la belleza. La de *búsqueda de emociones* evalúa la necesidad de estimulación ambiental. La de *sensibilidad a los demás*, una actitud de simpatía hacia otras personas. La de *confianza*, la creencia en la sinceridad y las buenas intenciones de los demás. La de *altruismo*, una preocupación activa por el bienestar de los demás. La de *necesidad de logro*, la necesidad de logro personal y el sentido de dirección. La de *ansiedad*, el nivel de ansiedad, y la de *depresión*, la tendencia a experimentar sentimientos de culpa, tristeza, desaliento y soledad. Finalmente, la escala de *emociones positivas*, mide la tendencia a experimentar dichas emociones.

*Escala de autotrascendencia del Inventario del Temperamento y del Carácter (Temperament and Character Inventory, TCI, Cloninger et al., 1994).* Se utilizó la versión española revisada del TCI, cuyas propiedades psicométricas han sido evaluadas satisfactoriamente (Gutiérrez et al.,



2004). Esta escala tiene 26 ítems que se puntúan en una escala tipo Likert de 5 puntos. Los estudios han indicado un coeficiente de consistencia interna de .84 (Gutiérrez *et al.*, 2004) y coeficientes test-retest en un intervalo de 6 meses que van desde .75 hasta .83 (Cloninger *et al.*, 1994). La autotranscendencia está compuesta por tres dimensiones: (1) olvido creativo de uno mismo frente a la experiencia consciente de uno mismo, (2) identificación transpersonal frente a identificación personal, y (3) aceptación espiritual frente a materialismo racional. Los valores de alfa de las subescalas en el presente estudio fueron .79 para el olvido creativo de uno mismo, .77 para la identificación transpersonal, .86 para la aceptación espiritual, y .90 para la escala total.

*Escala de Valores Materialistas (Material Values Scale, MVS; Richins, 2004).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa previamente indicado. Esta escala trata el materialismo como un valor que influye en la forma en que las personas interpretan su entorno y estructuran sus vidas (Richins & Dawson, 1992) y que se caracteriza por la importancia atribuida a la posesión y a la adquisición de bienes materiales a la hora de alcanzar las principales metas vitales o estados deseados. Se utilizó la escala de 9 ítems, que abarca los mismos dominios que la versión larga (Richins & Dawson, 1992) y que ha mostrado evidencia aceptable de fiabilidad (alfa = .84) y validez para medir el materialismo en general (Richins, 2004). Los ítems se responden mediante una escala tipo Likert de 7 puntos. En el estudio actual el alfa fue .86.

*Escala de tendencia a la envidia (Dispositional Envy Scale, DES; Smith et al., 1999).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa descrito anteriormente. La escala mide las diferencias individuales en la tendencia a la envidia. Se compone de 8 ítems que se responden en una escala tipo Likert de 5 puntos. Smith *et al.* (1999) informaron de valores de alfa en el rango de .83 a .86 y una correlación test-retest de dos semanas de  $r = .80$ . En el presente estudio el alfa fue .78.

*Escala de crecimiento personal de las escalas de bienestar psicológico (Psychological Well-being Scales, PWS; Ryff, 1989).* Se utilizó la versión corta de la adaptación española (Díaz *et al.*, 2006). Las personas altas en esta escala están abiertas a nuevas experiencias y tienen la sensación de estar en continuo crecimiento y expansión, desarrollando su potencial, de tal manera que ven una mejoría en sí mismos y en su comportamiento con el tiempo, lo que refleja más autoconocimiento y eficacia (Ryff, 1989). Esta escala consta de 4 ítems y utiliza un formato de respuesta tipo Likert de 6 puntos. Díaz *et al.* (2006) observaron un alfa de .71. En el presente estudio, éste fue .73.

*Escala de propósito en la vida de las escalas de bienestar psicológico (véase más arriba).* Se utilizó la versión corta de la adaptación española (Díaz *et al.*, 2006). Las personas altas en esta escala tienen objetivos en la vida y un sentido de dirección, sienten que el presente y el pasado tienen sentido y tienen creencias que dan propósito a la vida (Ryff, 1989). Esta escala consta de 5

ítems y utiliza un formato de respuesta tipo Likert de 6 puntos. Díaz *et al.* (2006) notificaron un alfa de .70 y en el presente estudio éste fue .83.

*Test de Propósito en la Vida (Purpose in Life Test, PIL, Crumbaugh & Maholick, 1964).* Se utilizó la adaptación española (Noblejas, 1994). Consta de 20 ítems y utiliza un formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos, en donde los dos polos del ítem representan afirmaciones opuestas. Basándose en los principios de la filosofía existencial y la logoterapia, el test de propósito en la vida evalúa el vacío existencial descrito por Frankl (1964). En contraste con la escala de propósito en la vida de Ryff, que está más centrada en la presencia y el logro de objetivos en la vida, este test representa una concepción más existencialista del sentido de la vida. Crumbaugh y Maholick (1964) informaron de un alfa de .81 y en el presente estudio éste fue .89.

*Escala de vitalidad subjetiva (Subjective Vitality Scale, Ryan & Frederick, 1997).* Se utilizó la versión corta de 6 ítems propuesta por Bostic, McGartland y Hood (2000), la cual fue traducida al español para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa previamente descrito. Ryan y Frederick (1997) describieron la vitalidad como una forma de energía percibida que emana de uno mismo. Esta escala mide un espíritu y un entusiasmo que reflejan bienestar físico y psicológico, y utiliza una escala de respuesta tipo Likert de 7 puntos. Bostic *et al.* (2000) indicaron alfas en el rango de .80 a .89, y en el presente estudio éste fue .81.

*Escala de satisfacción con la vida (Satisfaction With Life Scale, SWLS; Diener *et al.*, 1985).* Se utilizó la versión española, cuyas propiedades psicométricas han sido evaluadas satisfactoriamente (Vázquez, Duque & Hervás, 2013). Según Diener *et al.* (1985), esta escala mide la satisfacción global con la vida, el aspecto cognitivo del bienestar subjetivo. Tiene 5 ítems y utiliza una escala de respuesta tipo Likert de 7 puntos. Se ha observado un coeficiente test-retest de dos meses de .82 y alfas de .87 (Diener *et al.*, 1985), .88 (Vázquez *et al.*, 2013) y .87 en el presente estudio.

*Escala del rasgo de esperanza en adultos (Adult Trait Hope Scale, Snyder *et al.*, 1991).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa ya mencionado. Snyder *et al.* (1991) definen la esperanza como un conjunto cognitivo compuesto por la determinación de lograr unas metas (componente de la esperanza que denominamos determinación) y las creencias del individuo de que se pueden generar planes para lograr lo que uno se propone (componente de la esperanza que denominamos planes). Cada componente está compuesto por 4 ítems y utiliza una escala tipo Likert de 8 puntos. Snyder *et al.* (1991) indicaron alfas de Cronbach entre .74 y .84 para la escala total, de .71 a .76 para la subescala de determinación, y de .63 a .80 para la subescala de planes. Asimismo, citan una serie de estudios en donde se han observado correlaciones test-retest de .85 tras 3 semanas (Anderson, 1988), .73 tras 8 semanas (Harney, 1988), y .76 (Gibb, 1990) y .82 (Yoshinobu, 1989) tras 10

semanas. En el estudio actual, los valores de alfa fueron de .81 para la subescala de determinación, .80 para la subescala de planes, y .87 para la escala total.

*Escalas de toma de perspectiva y preocupación empática del Índice de reactividad interpersonal (The Interpersonal Reactivity Index, IRI; Davis, 1980).* Se utilizó la adaptación española de Pérez-Albéniz *et al.* (2003). Estas dos subescalas de toma de perspectiva y preocupación empática se han utilizado anteriormente como medida de empatía disposicional (por ejemplo, McCullough *et al.*, 2002). La escala de toma de perspectiva (TP) evalúa la tendencia a adoptar espontáneamente el punto de vista psicológico de los demás, mientras que la escala de preocupación empática (PE) evalúa los sentimientos de simpatía y preocupación por las personas desafortunadas. Por lo tanto, la escala de TP evalúa los aspectos cognitivos de la empatía, y la PE las reacciones emocionales al adoptar una actitud empática. Según Mestre, Frías y Samper (2004), estas dos subescalas son los dos componentes más importantes de la empatía que en conjunto son responsables de una respuesta empática más madura, basada en la comprensión de los demás y en compartir su estado emocional. La escala de TP tiene 7 ítems y la de PE 8 ítems, y utilizan una escala tipo Likert de 5 puntos. Davis (1980) indicó alfas de .75 y .78 para la escala de TP, y .72 y .70 para la escala de PE. Las correlaciones test-retest en un período de 60-75 días fueron .61 y .62 para la escala de TP y .72 y .70 para la escala de PE. Pérez-Albéniz *et al.* (2003) observaron alfas comprendidos entre .64 y .75 para la escala de TP, y entre .63 y .71 para la escala de PE. En el estudio actual, los valores de alfa fueron de .81 para la escala de TP y .74 para la escala de PE.

*Escala de diversión de las Escalas de emociones positivas disposicionales (Dispositional Positive Emotions Scales, DPES; Shiota et al., 2006).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa descrito anteriormente. Esta escala mide la disposición a experimentar diversión o humor, emoción que surge al experimentar un cambio cognitivo en la estructura de conocimiento de un objeto, como al escuchar el final de una broma (Latta, 1999). Se compone de 5 ítems y tiene una escala tipo Likert de 7 puntos. Shiota *et al.* (2006) indicaron un alfa de .75 y en el estudio actual éste fue .79.

*Escala de deseabilidad social (Social Desirability Scale, SDS; Crowne & Marlowe, 1960).* Se utilizó la adaptación española (Ferrando & Chico, 2000). Esta escala es una medida ampliamente utilizada, que cuenta con 33 ítems y un formato de respuesta de Verdadero/Falso. Ferrando y Chico (2000) citan una serie de estudios que han utilizado la versión original, en los cuales se han observado alfas entre .75 y .85 (Strahan & Gerbasi, 1972; Reynolds, 1982; Ballard, 1992; Borkenau & Ostendorf, 1992) y una estabilidad temporal de un mes de .89 (Crowne & Marlowe, 1960). Ferrando y Chico (2000) informaron de un alfa de .78 y en el estudio actual fue .77.

### 3.3.3.3. Resultados

#### *Selección de ítems, confirmación de la estructura tridimensional y comparación con otros modelos factoriales*

Con el fin de desarrollar una escala breve que midiera los tres aspectos de la ABE, se seleccionaron 3 ítems por cada dimensión que reflejaran sus aspectos más característicos, según las descripciones teóricas de la ABE y la evidencia empírica disponible. Para cada dimensión, se intentó seleccionar un ítem que reflejara apreciación (es decir, el reconocimiento del valor o importancia de algo) y dos ítems que representaran las emociones más características de esa dimensión específica. En los casos oportunos, se trató de incluir tanto ítems que reflejaran una alta activación como ítems de baja activación. La Tabla 3.8 muestra los 9 ítems de la escala final, de los cuales sólo 2 fueron ítems reformulados del Estudio 2 y los otros 7 fueron exactamente los mismos que en el Estudio 2.

*Tabla 3.8. Ítems constitutivos de la escala final (EABE) presentados por dimensiones.*

Apreciación de la belleza
<ul style="list-style-type: none"><li>• abe23: Soy una persona muy sensible a la belleza.</li><li>• abe14: Cuando de alguna forma percibo la belleza de la vida experimento una gran paz interior.</li><li>• abe20: Creo que me siento sobrecogido/a ante la belleza con más frecuencia que la mayoría de las personas.</li></ul>
Apreciación de la excelencia moral
<ul style="list-style-type: none"><li>• abe22: Cuando veo a alguien haciendo algo bueno por los demás de manera altruista siento mucho agradecimiento.</li><li>• abe16: Cuando aprecio personas que manifiestan una generosidad o una bondad extraordinarias me invade una sensación de tranquilidad.</li><li>• abe19: Cuando aprecio las cualidades positivas de algunas personas como, por ejemplo, una gran lealtad, coraje o compasión tiendo a experimentar sentimientos elevados.</li></ul>
Apreciación de la excelencia no moral
<ul style="list-style-type: none"><li>• abe21: Me gusta mucho rodearme de gente que tiene talento o unas habilidades extraordinarias.</li><li>• abe9: En comparación con otras personas, creo que me sucede más frecuentemente que siento mucha admiración ante las personas que tienen un talento especial.</li><li>• abe15: Cuando aprecio el talento de algunos músicos, de algunos deportistas o científicos me siento muy vivo/a, lleno/a de energía.</li></ul>

Los datos cumplieron el supuesto de normalidad univariante. A partir del criterio de West, Finch y Curran (1995; citados en Byrne, 2010), según el cual los índices de curtosis estandarizados iguales o mayores que 7 son indicativos de falta de normalidad, una revisión de estos índices reveló que ningún ítem presentaba curtosis (todos los valores estaban por debajo de 1.5). La ratio

crítica del índice de curtosis multivariado fue 17.01. Aunque Bentler (2005; citado en Byrne, 2010) ha sugerido que, en la práctica, los valores superiores a 5 son indicativos de datos que no están distribuidos normalmente y que, por tanto, deberían ser transformados, Rodríguez y Ruiz (2008) demostraron que los resultados del método de análisis de máxima verosimilitud en análisis factorial confirmatorio (AFC) son bastante estables si este valor es inferior a 23. Por tanto, ya que los datos tenían una distribución adecuada, a continuación se realizaron una serie de AFC con estimación de máxima verosimilitud con el programa AMOS 19 (Arbuckle, 1995), para obtener un test del ratio de verosimilitud de diversos modelos anidados, que compiten entre sí, los cuales representan concepciones alternativas de la ABE: (a) un modelo que representa la estructura prevista de 3 dimensiones relacionadas (Modelo 1), (b) otro modelo que refleja una estructura unidimensional (Modelo 2), y (c) tres modelos bidimensionales que representan diversas combinaciones de dos dimensiones relacionadas (Modelos 3, 4 y 5). La Tabla 3.9 muestra los índices de ajuste de los modelos. El modelo que mejor se ajustó a los datos fue la estructura tridimensional de la ABE (Modelo 1), es decir, tres factores relacionados que representan la apreciación de la belleza, la apreciación de la excelencia moral y la apreciación de la excelencia no moral, respectivamente. Además, el modelo con el peor ajuste fue el unidimensional, lo que sugiere que la ABE no es un constructo completamente homogéneo y apoya la necesidad de diferenciar estos tres tipos de apreciación.

*Tabla 3.9. Índices de ajuste de los diferentes modelos dimensionales de la ABE (N = 344).*

Modelo	$\chi^2$	gl	P	CFI	RMSEA
1. Tres factores: B, EM, ENM	105,497	24	<.001	.945	.099
2. Un factor: B+EM+ENM	231,723	27	<.001	.862	.149
3. Dos factores: B, EM+ENM	148,712	26	<.001	.917	.117
4. Dos factores: B+EM, ENM	198,436	26	<.001	.884	.139
5. Dos factores: B+ENM, EM	173,349	26	<.001	.901	.129

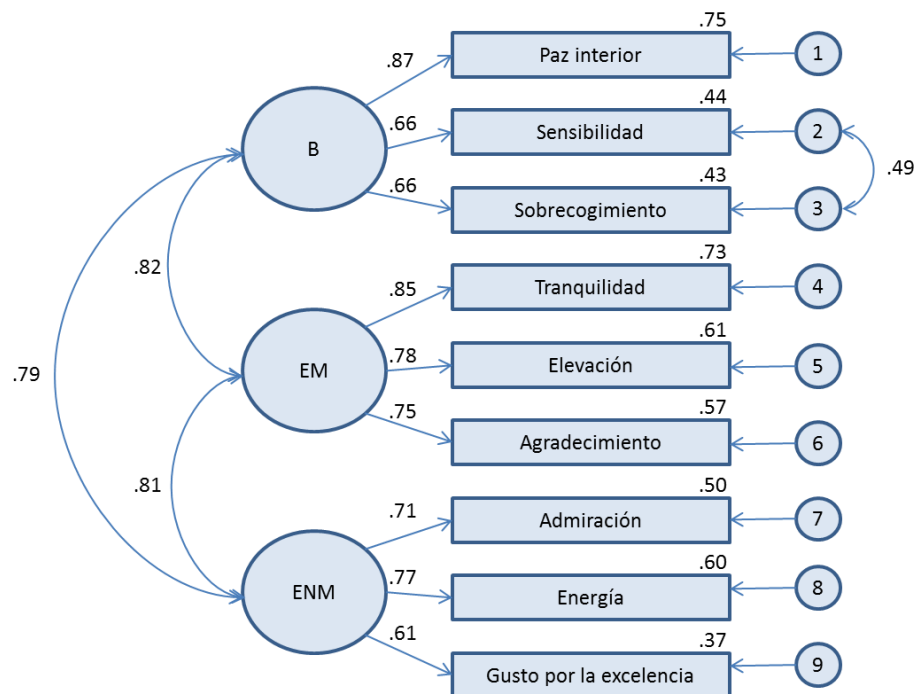
Con el fin de evaluar si la bondad de ajuste del Modelo 1 era significativamente superior a la bondad de ajuste de los demás modelos, se compararon los valores de Chi-cuadrado correspondientes a los diferentes modelos. El modelo con el Chi-cuadrado significativamente menor proporciona una bondad de ajuste superior. La Tabla 3.10 muestra cómo el Modelo 1 proporciona una bondad de ajuste superior en comparación con los otros cuatro modelos, resultado que apoya el modelo de medida tridimensional que ya se observó en el Estudio 2.

Tabla 3.10. Comparación de la bondad de ajuste de los modelos ( $N = 344$ ).

Modelo	$\chi^2_1$	$\chi^2_2$	$gl_1$	$gl_2$	$\Delta\chi^2$	$p$
1. Tres factores: B, EM, ENM	105,497		24			
2. Un factor: B+EM+ENM	231,723	105,497	27	24	126,226	<.001
3. Dos factores: B, EM+ENM	148,712	105,497	26	24	43,215	<.001
4. Dos factores: B+EM, ENM	198,436	105,497	26	24	92,939	<.001
5. Dos factores: B+ENM, EM	173,349	105,497	26	24	67,852	<.001

Con respecto al ajuste del modelo de tres factores relacionados, una revisión de los índices de modificación reveló que el modelo se podría mejorar mediante la introducción de una autocorrelación entre dos residuos del factor correspondiente a la apreciación de la belleza. Teniendo en cuenta que esta correlación podría estar reflejando un solapamiento de contenido, decidimos que era apropiado introducir esta autocorrelación en el modelo y dejar que estos residuos correlacionaran con libertad. Este nuevo modelo presentó un buen ajuste:  $\chi^2 = 47,688$ ,  $gl = 23$ ,  $p = .002$ ,  $CFI = .983$ ,  $RMSEA = .056$ . La Figura 3.1 muestra el modelo de la Escala de la apreciación de la belleza y la excelencia (EABE) incluyendo las correlaciones entre los factores, las cargas factoriales de los ítems, las correlaciones múltiples al cuadrado de cada ítem, y la autocorrelación incluida en el factor de la apreciación de la belleza.

Figura 3.1. Modelo de medida de la EABE incluidas las correlaciones entre factores, las cargas factoriales de los ítems, correlaciones múltiples al cuadrado de los ítems y la autocorrelación en el factor apreciación de la belleza ( $N = 344$ ).



Todos los ítems correlacionaron significativamente con el factor latente correspondiente ( $p < .001$ ) y todas las correlaciones entre los factores, así como la autocorrelación, fueron significativas ( $p < .001$ ). Los tres factores correlacionaron muy alto entre sí y en grado muy similar, siendo la correlación más alta aquella entre los factores de belleza y excelencia moral, y la más baja entre belleza y excelencia no moral. Estas correlaciones tan altas respaldan la consideración teórica de las tres dimensiones como parte de un mismo constructo pero, a la vez, el hecho de que sean menores que .85 y de que el modelo de tres factores se ajuste mejor a los datos que el modelo unidimensional apoya la diferenciación de estos tres tipos de apreciación. La Tabla 3.11 muestra los estadísticos descriptivos de los ítems y los factores, así como las correlaciones ítem-total. La EABE con las instrucciones se encuentra en el Apéndice 1. Al observar las puntuaciones medias en los tres factores, éstas están ligeramente por encima del punto medio de la escala que sería 4 (el rango de respuesta se extiende de 1 a 7), sobre todo el factor de excelencia moral, pero en cualquier caso la desviación es razonable.

*Tabla 3.11. Medias y desviaciones típicas de los ítems y los factores que componen la EABE y correlaciones ítem-total (N = 344).*

Factor	Ítem	$M_i$	$DT_i$	$M_f$	$DT_f$	$I-T$
B	abe14 (paz interior)	4.63	1.54			.62
	abe20 (sobrecogimiento)	4.06	1.53	4.45	1.51	.72
	abe23 (sensibilidad)	4.64	1.43			.72
	abe16 (tranquilidad)	4.93	1.42			.73
EM	abe19 (elevación)	4.71	1.44	5.03	1.42	.69
	abe22 (agradecimiento)	5.45	1.40			.69
	abe9 (admiración)	4.79	1.41			.58
ENM	abe15 (energía)	4.88	1.47	4.83	1.44	.58
	abe21 (gusto por la excelencia)	4.82	1.44			.52

*Nota. I-T: Correlación ítem-total dentro de cada factor.*

Asimismo, con el objetivo de ofrecer evidencia adicional que respalde la propuesta teórica de que los tres tipos de apreciación forman parte de un mismo constructo, se evaluó un modelo con un factor de segundo orden que comprendería los tres factores de primer orden (apreciación de la belleza, de la excelencia moral y no moral). Los pesos factoriales de las tres dimensiones en el factor de segundo orden fueron .92 en apreciación de la belleza, .91 en excelencia moral y .87 en excelencia no moral, indicando que los tres factores tienen una importancia relativamente similar en el constructo que las comprende, si bien el factor con más peso es el de la belleza. Los índices de ajuste fueron buenos ( $\chi^2 = 48,991$ ,  $gl = 24$ ,  $p = .002$ ,  $CFI = .983$ ,  $RMSEA = .055$ ), básicamente equivalentes a los del modelo de tres factores de primer orden relacionados entre sí, lo que apoya la idea teórica inicial de que las tres dimensiones forman parte de un mismo constructo.

### *Fiabilidad*

Respecto a la consistencia interna, en el factor de belleza se observó un coeficiente alfa de Cronbach de .827, en el factor de excelencia moral de .839, y en el factor de excelencia no moral de .738. Estos valores reflejan que las tres subescalas tienen buena consistencia interna, de acuerdo con el criterio sugerido por DeVellis (1991), según el cual los coeficientes entre .70 y .80 se consideran respetables, y entre .80 y .90 muy buenos.

### *Relación con variables sociodemográficas*

La correlación entre las tres dimensiones de la ABE con las variables sociodemográficas se muestran en la Tabla 3.12. La apreciación de la belleza mostró correlaciones pequeñas y positivas con edad y nivel de educación. Las mujeres puntuaron un poco más alto que los hombres en apreciación de la excelencia moral. Las correlaciones restantes no fueron significativas.

*Tabla 3.12. Correlaciones de apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral, con edad, género y educación (N = 332)*

Variable	B	EM	ENM
Edad	.15**	.08	.08
Género	-.01	.12*	-.08
Educación	.11*	.07	.05

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . Nota. Género fue codificado como 0 = hombre, 1 = mujer. La educación se calificó de 1 (sin educación formal) a 6 (educación de posgrado). Correlaciones de Pearson fueron calculadas para edad y género, y correlación de Spearman para educación. Todas las correlaciones son de dos colas.

### *Test de la heterogeneidad de las correlaciones de los tres factores de la ABE con las variables de la red nomológica*

Como hemos visto, las tres dimensiones de ABE están muy relacionadas pero representan aspectos distintos de este constructo. Para conocer más a fondo las diferencias y semejanzas entre los tres factores, se exploró cómo éstos se relacionan con otros constructos psicológicos. Además se evaluó la heterogeneidad de estas correlaciones, es decir, evaluamos si los tres factores correlacionan de distinta manera con cada una de las variables de la red nomológica. Patrones de relaciones distintos, aparte de ofrecer evidencia adicional de la naturaleza multidimensional de ABE, ayudaría a entender los aspectos más característicos de cada dimensión.

Para este fin, utilizamos el método estadístico de Meng, Rosenthal y Rubin (1992) para comparar las correlaciones correlacionadas, el cual se recomienda para evaluar evidencias de



validez de constructo (Bryant *et al.*, 2007). Para este análisis, se calcularon los coeficientes de covarianza estandarizados entre los tres factores de la ABE y cada una de las variables de la red nomológica mediante un AFC<sup>17</sup>. Estos coeficientes equivalen a una correlación de Pearson de la cual se han eliminado los efectos de los errores de medida, de manera que las relaciones entre las variables se ajustan a las diferencias en las fiabilidades de las escalas utilizadas en el estudio. La Tabla 3.13 muestra los coeficientes de covarianza estandarizados y los contrastes de correlaciones correlacionadas. Valores significativos de  $\chi^2$  indican que las correlaciones de cada una de las dimensiones de ABE con esa variable específica de la red nomológica son significativamente diferentes entre sí, aunque no especifica qué correlación es mayor. Por poner un ejemplo, este análisis sería como la prueba global de *F* de un ANOVA para detectar diferencias entre varias medias.

*Tabla 3.13. Coeficientes de covarianza estandarizados entre las tres dimensiones de ABE y las variables de la red nomológica, y el contraste de correlaciones correlacionadas (N = 329).*

Medida	Coeficientes de covarianza estandarizados			$\chi^2$	<i>p</i> (2-colas)
	B	EM	ENM		
Apreciación de la belleza					
Subescala de la ABE (VIA-IS)	.53***	.36***	.36***	38.13	<.001
Implicación con la belleza total	.80***	.52***	.55***	183.13	<.001
Implicación con la belleza natural	.73***	.41***	.43***	176.65	<.001
Implicación con la belleza artística	.72***	.42***	.51***	130.47	<.001
Implicación con la belleza moral	.42***	.57***	.39***	40.91	<.001
Apertura a la estética	.67***	.34***	.41***	151.32	<.001
Autotrascendencia					
Autotrascendencia (AT) total	.71***	.54***	.56***	55.83	<.001
Olvido creativo de sí mismo (AT)	.62***	.48***	.54***	27.09	<.001
Identificación transpersonal (AT)	.72***	.54***	.52***	71.11	<.001
Aceptación espiritual (AT)	.50***	.38***	.37***	22.34	<.001

<sup>17</sup> Tanto el Test de propósito en la vida (PIL, Crumbaugh y Maholick, 1964) como la Escala de deseabilidad social (SDS; Marlowe y Crowne, 1960) fueron parceladas siguiendo las recomendaciones de Little, Cunningham, Shahar y Widaman (2002) con el fin de obtener un número adecuado de variables observables en el AFC. Después de examinar la unidimensionalidad de ambas medidas, se crearon tres parcelas en cada medida utilizando el método de equilibrio de ítem a constructo (*item-to-construct-balance*).

Tabla 3.13 (cont.)

Cinco grandes factores de la personalidad					
Apertura a la experiencia	.66***	.36***	.45***	118.76	<.001
Amabilidad	.23***	.37***	.15*	42.80	<.001
Neuroticismo	-.18**	-.17**	-.19**		Ns
Extraversión	.16*	.20**	.22**		Ns
Responsabilidad	.16*	.18**	.22**		Ns
Necesidad de logro					
Necesidad de logro	.13†	.18**	.22**	6.74	.034
Rasgos prosociales					
Preocupación empática (Empatía)	.38***	.55***	.27***	80.24	<.001
Toma de perspectiva (Empatía)	.34***	.31***	.34***		ns
Sensibilidad a los demás	.24**	.47***	.31***	52.86	<.001
Confianza	.25***	.27***	.23***		ns
Altruismo	.29***	.49***	.27***	59.25	<.001
Materialismo	-.13*	ns	ns		
Envidia	-.19**	-.16*	-.13†		ns
Afecto y bienestar					
Satisfacción con la vida	.17**	.23***	.31***	15.93	<.001
Emociones positivas	.18**	.22***	.21**		ns
Depresión	-.12†	ns	ns		
Ansiedad	-.15*	-.12†	-.16*		ns
Vitalidad	.24***	.31***	.28***		ns
Crecimiento personal	.24***	.30***	.28***		ns
Propósito en la vida (PWS)	.14*	.23***	.22***	7.53	.023
Propósito en la vida (PIL)	.23***	.28***	.27***		ns
Determinación (Esperanza)	.25***	.27***	.32***		ns
Planes (Esperanza)	.40***	.32***	.31***	9.20	.010
Constructos con los que no se espera relación					
Diversión	ns	ns	ns		
Búsqueda de emociones	ns	ns	ns		
Deseabilidad social	.20**	.27***	.15*	12.86	.002

*Nota. Sólo los participantes que respondieron a todas las escalas se incluyeron en este análisis.*

*† p < .10. \* p < .05. \*\* p < .01. \*\*\* p < .001. ns = correlación no significativa.*

Los contrastes de correlaciones mostraron que los tres factores se relacionaron significativamente y de manera similar con neuroticismo, extraversión, responsabilidad, toma de perspectiva (empatía), confianza, emociones positivas, vitalidad, crecimiento personal, propósito en la vida (evaluado con el test PIL) y determinación (esperanza). No obstante, muchos de los contrastes resultaron significativos, lo que refleja la heterogeneidad de dichas correlaciones. Por tanto, el siguiente paso fue probar qué correlaciones específicas fueron significativamente mayores. Para este propósito, se formularon un conjunto de hipótesis a priori. Basándonos en las correlaciones observadas, se establecieron una serie de pesos en un contraste ortogonal que describen el patrón esperado de relaciones. A continuación, se aplicaron a estos contrastes de pesos los valores transformados de las correlaciones observadas  $r$  de Fisher a  $z$  en un conjunto de fórmulas calculadas para obtener una prueba general  $Z$ , la cual proporciona un valor de  $p$  de una cola bajo la curva normal estándar. Un valor de  $Z$  estadísticamente significativo (es decir,  $Z > 1.64$ ,  $p < .05$ ) indica que el patrón observado de correlaciones se ajusta al patrón definido en la hipótesis. La tabla con las correlaciones observadas, los pesos asignados a cada contraste de correlaciones, el estadístico  $Z$  y su valor  $p$  asociado se muestra en la Tabla A1.1., en el Apéndice 1. Los pesos del contraste reflejan cuál de las correlaciones de los tres factores con una determinada variable se espera que sea mayor.

Todos los contrastes fueron significativos, por lo que el conjunto de hipótesis acerca de qué correlaciones eran más altas fueron confirmadas. Sin olvidar que las correlaciones entre las tres dimensiones de ABE y las variables de la red nomológica incluidas en estos contrastes eran todas significativas, salvo contadas excepciones, estos resultados muestran que las variables directamente relacionadas con la apreciación de la belleza (subescala de ABE del VIA-IS, la escala total de implicación con la belleza y sus dos subescalas de implicación con la belleza natural y artística, y la apertura a la estética), la apertura a la experiencia, la autotrascendencia y sus tres subescalas (olvido creativo de uno mismo, identificación transpersonal y aceptación espiritual), el materialismo (correlación negativa y, en este caso, exclusivamente significativa en el caso de la belleza) y el factor de planes de esperanza tuvieron correlaciones significativamente más altas con la apreciación de la belleza que con la apreciación de la excelencia moral y no moral.

Por otro lado, la apreciación de la excelencia moral tuvo correlaciones significativamente más altas que los factores de apreciación de la belleza y de la excelencia no moral con variables relacionadas con el ámbito prosocial, es decir, implicación con la belleza moral, amabilidad, sensibilidad a los demás, altruismo, preocupación empática (el componente emocional de la empatía) y también con deseabilidad social. La apreciación de la excelencia no moral presentó correlaciones más altas con la necesidad de logro (sólo correlacionó significativamente con los dos factores de excelencia) y la satisfacción con la vida, variables que parecen estar relacionadas con el logro de metas. Por último, tanto la apreciación de la excelencia moral como la apreciación de la excelencia no moral presentaron correlaciones más altas que la apreciación de la belleza con propósito en la vida (PWS).

Por tanto, si bien las tres dimensiones presentan correlaciones similares con muchas de las variables de la red nomológica, lo cual puede estar reflejando sus aspectos comunes, puede decirse que las tres dimensiones de la ABE son distintas en algunos aspectos. De manera coherente con nuestras hipótesis, la apreciación de la belleza se relaciona más con la apertura y conexión con el entorno, con lo espiritual e intuitivo, mientras que la apreciación de la excelencia moral se asocia más con actitudes y comportamientos prosociales, y la apreciación de la excelencia moral con el logro personal.

### *Cuantificación de la validez de constructo*

En general, las relaciones observadas empíricamente se ajustan a la concepción de la ABE adoptada en este estudio, lo que sería una evidencia de la validez de constructo de la escala desarrollada. No obstante, con el fin de ser más rigurosos a la hora de ofrecer evidencias de la validez de constructo de esta nueva escala, se calcularon unos índices cuantitativos de validez de constructo, que posibilitan un criterio más objetivo que la mera inspección visual de las correlaciones. Para ello, se adoptó el método de Rosenthal y Westen (2003), basado en el procedimiento de Meng *et al.* (1992), quienes propusieron dos índices que son útiles como evidencia de validez de constructo. Estos índices proporcionan estimaciones del tamaño del efecto del grado en que el patrón de las correlaciones observadas entre la medida que se evalúa y un conjunto de variables criterio coincide con el patrón de correlaciones predichas teóricamente. Estos índices son la correlación de alerta ( $r_{alerting}$ ) y la correlación de contraste ( $r_{contrast}$ ). El primer índice es la correlación entre el patrón predicho y el observado de correlaciones independientemente de la magnitud de estas correlaciones, es decir, indica si las correlaciones predichas y observadas están ordenadas de la misma manera. Por otra parte, el segundo tiene en cuenta la magnitud de las correlaciones, por lo que, aparte del orden de las correlaciones también compara el valor absoluto de las correlaciones predichas y observadas.

Furr y Bacharach (2008) sugieren que un grupo de expertos independientes evalúe y califique el patrón de correlaciones esperadas, de modo que para calcular los índices se utilizaría como valor de las correlaciones esperadas la mediana de los valores otorgados por cada uno de estos expertos a cada correlación. En el estudio actual, tres evaluadores independientes asignaron un valor a las correlaciones esperadas entre apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral, y las variables de la red nomológica. Debido a la falta de expertos en ABE por su novedad como constructo psicológico, tres estudiantes de doctorado de psicología, dos de ellos especializados en depresión y una en salud mental organizacional, asignaron valores a las correlaciones esperadas. Para ello, recibieron una breve descripción de las variables evaluadas y las hipótesis sobre su relación con apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y no moral. La tabla de correlaciones esperadas y observadas puede encontrarse en el Apéndice 1, Tabla A1.2. Por último, se calcularon una serie de fórmulas para obtener los dos índices de validez de constructo. La Tabla 3.14 muestra los

índices  $r_{alerting}$  y  $r_{contrast}$  para apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral.

*Tabla 3.14. Índices de validez de constructo de apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral*

Factor	$r_{alerting}$	$r_{contrast}$	IC 95%
B	.91	.99	.988 - .992
EM	.82	.86	.834 - .887
ENM	.63	.71	.647 - .757

*IC = Intervalo de confianza de  $r_{contrast}$*

Los tres índices  $r_{alerting}$  indican que los patrones de las correlaciones predichas y observadas entre apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral, y las variables de la red nomológica son muy similares, especialmente en el caso de la apreciación de la belleza. Además, los índices  $r_{contrast}$  son también altos y estadísticamente significativos, lo que indica un tamaño del efecto grande de la correspondencia entre la magnitud de las correlaciones predichas y la de las correlaciones observadas. En general, los dos índices ofrecen evidencias de la validez de constructo de la EABE.

*Regresión de apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral en los Cinco grandes factores de la personalidad*

Para examinar si las tres dimensiones de la ABE no eran meramente aspectos contenidos en los cinco factores de la personalidad, se realizaron tres análisis de regresión múltiple de apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral, respectivamente, en los cinco grandes introducidos en bloque (véase Tabla A1.3. en Apéndice 1). Los cinco grandes explicaron el 23.1% de la varianza en apreciación de la belleza,  $F(5, 327) = 21.002, p < .001$ . La apertura a la experiencia ( $\beta = .471, p < .001$ ) y la responsabilidad ( $\beta = .147, p < .01$ ) predijeron las puntuaciones de apreciación de la belleza de manera significativa. En cuanto a la apreciación de la excelencia moral, los cinco grandes explicaron el 13.1% de la varianza,  $F(5, 327) = 11.052, p < .001$ . La apertura a la experiencia ( $\beta = .215, p < .001$ ), responsabilidad ( $\beta = .140, p < .05$ ), y amabilidad ( $\beta = .207, p < .001$ ) resultaron predictores significativos de la apreciación de la excelencia moral. Por último, los cinco grandes explicaron el 13.5% de la varianza en la apreciación de la excelencia no moral,  $F(5, 327) = 11.399, p < .001$ . La apertura a la experiencia ( $\beta = .297, p < .001$ ), responsabilidad ( $\beta = .192, p < .001$ ) y extraversión ( $\beta = .110, p < .05$ ) predijeron significativamente las puntuaciones de apreciación de la excelencia no moral. En conjunto, estos resultados sugieren que la ABE no se puede reducir a una combinación lineal de los cinco grandes.

### *Evidencia de validez incremental en relación a la subescala de ABE (VIA-IS)*

En este apartado examinamos si la EABE explica más varianza que la subescala de ABE del VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004) en la predicción de una serie de variables de bienestar y prosocialidad. Se optó por la escala de ABE (VIA-IS) para examinar evidencias de la validez incremental de la EABE porque, como hemos comentado, la mayoría de la investigación existente sobre la ABE proviene de estudios que utilizan dicha escala y es la única medida existente que afirma estar evaluando la ABE. Para este fin, se realizaron una serie de análisis de regresión múltiple jerárquica en donde la subescala de ABE (VIA-IS) se introdujo en el primer paso, seguida por la EABE en el segundo paso. Antes de realizar los análisis de regresión múltiple, las correlaciones de orden cero entre las variables predictoras fueron calculadas (ver Tabla 3.15). Los supuestos para el análisis, es decir, la linealidad, la independencia de los residuos, la normalidad de los residuos, la homocedasticidad y la falta de multicolinealidad se cumplieron de manera aceptable.

*Tabla 3.15. Correlaciones de orden cero entre las variables predictoras (N = 333).*

	ABE (VIA)	B	EM
B	.432***		
EM	.296***	.602***	
ENM	.285***	.578***	.629***

*\*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001.*

*Variables de bienestar.* Evaluamos si la EABE era capaz de predecir diversas variables de bienestar por encima de la subescala de ABE (VIA-IS), incluyendo satisfacción con la vida, emociones positivas, ansiedad, vitalidad, crecimiento personal, propósito en la vida (evaluada tanto con las PWS como por el PIL) y los dos componentes de la esperanza (determinación y planes), variables que demostraron correlaciones significativas con la EABE (véase Tabla 3.13, p. 105). Sin embargo, a la hora de hacer los análisis de regresión, ninguna de las dos escalas predijo significativamente ansiedad. Por otro lado, la EABE no explicó varianza adicional en emociones positivas más allá de la escala del VIA-IS. Sin embargo, la subescala del VIA-IS no predijo significativamente satisfacción con la vida, vitalidad, propósito en la vida (PWS y PIL) ni el factor de determinación de esperanza, mientras que la EABE sí lo hizo. Por lo tanto, en estos casos no fue necesario llevar a cabo el análisis de regresión múltiple jerárquica. La Tabla 3.16 muestra las correlaciones de orden cero de la subescala de ABE (VIA-IS) y de la EABE con estas variables.

*Tabla 3.16. Correlaciones de orden cero de la subescala de ABE (VIA-IS) y la EABE con satisfacción con la vida, vitalidad, propósito en la vida (PWS y PIL), y determinación (esperanza).*

Variable	Satisfacción con la vida (N = 333)	Vitalidad (N = 329)	Propósito en la vida (PWS) (N = 329)	Propósito en la vida (PIL) (N = 329)	Determinación (esperanza) (N = 329)
ABE (VIA)	.038	.054	.037	.095*	.068
B	.093*	.150**	.061	.141**	.164**
EM	.205***	.253***	.179**	.230***	.222***
ENM	.237***	.246***	.175**	.234***	.254***

*\*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.*

No obstante, tanto la escala de ABE (VIA-IS) como la EABE sí predijeron una proporción significativa de la varianza de crecimiento personal y del factor planes de esperanza. En estos casos, se realizó un análisis de regresión múltiple jerárquica, introduciendo la escala de ABE (VIA-IS) en el primer paso, y la EABE en el segundo paso. La Tabla A1.4., en el Apéndice 1 muestra los coeficientes de regresión, las correlaciones de orden cero y semi-parciales, y la varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por la subescala de ABE (VIA-IS) en crecimiento personal y planes (esperanza). Los resultados muestran un aumento significativo en la proporción de varianza explicada en crecimiento personal (4.1%) por la EABE más allá de la varianza explicada por la subescala de ABE (VIA-IS). Sólo apreciación de la excelencia moral fue un predictor significativo después de considerar todos los predictores simultáneamente. También hubo un aumento significativo en la proporción de la varianza explicada en el factor planes de esperanza (7.8%) por la EABE por encima de la explicada por la subescala del VIA-IS. Al incluir todas las variables simultáneamente en el modelo, sólo el factor de apreciación de la belleza de la EABE resultó ser un predictor significativo.

*Variables de prosocialidad.* En relación a las variables de prosocialidad, evaluamos la capacidad de predicción de la EABE sobre la subescala de ABE (VIA-IS) en altruismo, confianza, sensibilidad a los demás, materialismo, envidia, toma de perspectiva y preocupación empática, variables que demostraron estar relacionadas significativamente con la EABE. La Tabla A1.5., en el Apéndice 1, muestra los coeficientes de regresión, las correlaciones de orden cero y semi-parciales, y la varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por la subescala de ABE (VIA-IS).

Los análisis mostraron que la EABE no predijo varianza adicional en envidia más allá de la explicada por la escala del VIA-IS. Sin embargo, la EABE sí predijo un porcentaje significativo de la varianza en las restantes variables por encima de la explicada por la escala del VIA-IS. La EABE explicó un 12.1% adicional de la varianza en altruismo. Al incluir todos los predictores en el análisis, sólo el factor apreciación de la excelencia moral fue un predictor

significativo. En confianza, la EABE predijo un significativo 3.6% adicional de la varianza. Cuando se incluyeron todos los predictores en el análisis, sólo apreciación de la excelencia moral fue un predictor significativo. En sensibilidad a los demás, la EABE explicó un significativo 9.1% adicional de la varianza y al incluir todas las variables en el análisis, sólo la subescala de ABE (VIA-IS) y apreciación de la excelencia moral fueron predictores significativos, siendo apreciación de la excelencia moral el predictor más fuerte. En cuanto a preocupación empática, la EABE predijo un significativo 13% adicional de su varianza. Al incluir todos los predictores en el análisis, sólo la subescala de ABE (VIA-IS), apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral fueron predictores significativos, siendo apreciación de la excelencia moral el predictor más fuerte. En este caso, parece que se da un efecto supresor, ya que la apreciación de la excelencia no moral tiene un  $\beta$  significativo negativo mientras su correlación con preocupación empática es positiva. En el caso de toma de perspectiva, la EABE explicó un 4.4% adicional de varianza, pero al incluir todos los predictores a la vez, sólo la escala del VIA-IS resultó ser un predictor significativo. Finalmente, en materialismo, la EABE predijo un 2.4% adicional de varianza y sólo el factor de excelencia no moral resultó significativo y en una dirección positiva, resultado que refleja un efecto supresor ya que su correlación con materialismo no era significativa y sin embargo el peso en el análisis de regresión sí lo es.

En definitiva, se puede decir que la EABE ha ofrecido evidencias de validez incremental sobre la escala de ABE del VIA-IS en un amplio rango de variables relacionadas con el bienestar y la prosocialidad. Los incrementos del porcentaje de varianza explicado no fueron grandes pero sí significativos. En la mayoría de los casos, los predictores más fuertes fueron los factores de excelencia, especialmente la moral, dimensiones que no están bien representadas en la escala del VIA-IS, lo que señala la importancia de evaluar adecuadamente los tres aspectos que componen la ABE, razón principal por la que se desarrolló la EABE.

#### *Evidencia de validez incremental en relación a deseabilidad social*

En este apartado examinamos si la EABE era capaz de predecir diferentes variables de bienestar y de prosocialidad por encima de deseabilidad social (DS). Dado que las tres dimensiones de ABE correlacionaron significativamente con deseabilidad social (véase Tabla 12) y deseabilidad social correlacionó, asimismo, con las variables de bienestar y de prosocialidad, se podría pensar que la relación entre la EABE y bienestar y prosocialidad se debe a la relación que estas variables mantienen con deseabilidad social. Con el fin de examinar evidencia de la validez incremental de la EABE, y facilitar la interpretación de sus relaciones con bienestar y prosocialidad, se realizaron una serie de análisis de regresión múltiple jerárquica en donde la escala de deseabilidad social se introdujo en el primer paso y la EABE en el segundo. Antes de realizar los análisis de regresión múltiple, las correlaciones de orden cero entre las variables predictoras fueron calculadas (Tabla 3.17). De nuevo, los supuestos para los análisis se cumplieron adecuadamente.



Tabla 3.17. Correlaciones de orden cero entre las variables predictoras ( $N = 333$ ).

Variable	DS	B	EM
B	.172***		
EM	.226***	.602***	
ENM	.118*	.578***	.629***

\*  $p < .01$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

*Variables de bienestar.* Se examinó si la EABE era capaz de predecir satisfacción con la vida, emociones positivas, ansiedad, vitalidad, crecimiento personal, propósito en la vida (evaluado tanto con la PWS como por el PIL) y los dos componentes de la esperanza (determinación y planes) por encima de la deseabilidad social. La deseabilidad social no correlacionó significativamente con emociones positivas, por lo que no fue necesario realizar el análisis de regresión jerárquica ( $r = .009$ ). En el caso de ansiedad, la EABE no explicó varianza adicional más allá de la deseabilidad social. En relación a las restantes variables, tanto la EABE como deseabilidad social predijeron significativamente un porcentaje de su varianza. La Tabla A1.6. , en el Apéndice 1, muestra los coeficientes de regresión, las correlaciones de orden cero y semi-parciales, y la varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por la deseabilidad social. La EABE explicó un adicional 4.9% de la varianza en satisfacción con la vida, un 5.1% de vitalidad, un 4.7% en crecimiento personal, un 5.4% en propósito en la vida evaluado con el PWS y un 4.1% evaluado con el PIL, un 5.4% en el factor de esperanza de determinación, y un 8.6% en el factor de planes. Al examinar simultáneamente todos los predictores, sólo deseabilidad social y apreciación de la excelencia no moral fueron significativos en satisfacción con la vida, vitalidad, propósito en la vida, evaluado tanto con la PWS como por el PIL, y el factor de determinación de esperanza, siendo el predictor más fuerte en satisfacción con la vida, propósito en la vida y factor de determinación de esperanza la deseabilidad social, mientras que en vitalidad lo fue la apreciación de la excelencia no moral. En crecimiento personal, sólo apreciación de la excelencia moral y deseabilidad social fueron significativos, siendo el factor de excelencia el predictor más fuerte. En el factor de planes sólo apreciación de la belleza y deseabilidad social fueron significativos, siendo apreciación de la belleza el mejor predictor.

*Variables de prosocialidad.* Se examinó la capacidad de predicción de la EABE sobre la deseabilidad social en altruismo, confianza, sensibilidad a los demás, materialismo, envidia, toma de perspectiva y preocupación empática. La EABE no predijo varianza adicional en envidia por encima de la deseabilidad social, pero sí en el resto de variables. La Tabla A1.7., en el Apéndice 1 muestra el aumento significativo de la proporción de la varianza explicada por la EABE por encima de la varianza explicada por la deseabilidad social. Éste fue de un 10.2% en altruismo, 3.4% en confianza, 8.7% en sensibilidad a los demás, 2.2% (nivel de significación  $p = .05$ ) en materialismo, 4.9% en toma de perspectiva y 14.5% en preocupación empática. Al incluir todos los predictores en el análisis, sólo apreciación de la excelencia moral y deseabilidad social fueron predictores significativos en altruismo, confianza y sensibilidad a los demás. En altruismo

y sensibilidad a los demás, la apreciación de la excelencia moral fue el predictor más fuerte, mientras que en confianza lo fue deseabilidad social. En materialismo, al incluir todos los predictores simultáneamente, deseabilidad social, el factor de belleza y el de excelencia no moral resultaron significativos. De nuevo, se observa un efecto supresor ya que el factor de excelencia no moral presenta una correlación de orden cero no significativa mientras el coeficiente de regresión sí lo es. En toma de perspectiva, sólo la deseabilidad social fue un predictor significativo cuando se incluyeron todas las variables en el análisis. En el caso de preocupación empática, sólo los factores de apreciación de la excelencia moral y no moral resultaron predictores significativos, siendo el de excelencia moral el más fuerte. En este caso también se observó un efecto de supresión, ya que la apreciación de la excelencia no moral presentó un  $\beta$  significativo negativo mientras su correlación con preocupación empática fue positiva.

En general, se puede afirmar que la EABE mostró evidencias de validez incremental sobre la deseabilidad social y que sus relaciones con bienestar y prosocialidad no se deben, exclusivamente, a la relación que tanto la EABE como estas variables mantienen con la deseabilidad social.

#### *Evidencia de validez incremental en relación a la tendencia a experimentar emociones positivas*

Como comentamos previamente, dada la posible relación entre la EABE y la tendencia a experimentar emociones positivas (EP), así como la relación entre dicha tendencia y el bienestar y la prosocialidad, se podría afirmar que las posibles relaciones de la EABE con bienestar y prosocialidad pueden atribuirse únicamente a la varianza que estas variables comparten con la tendencia a experimentar emociones positivas. Por esta razón, examinamos si la EABE predecía las diferentes variables de bienestar y prosocialidad por encima de la tendencia a experimentar emociones positivas. Se realizaron una serie de análisis de regresión múltiple jerárquica introduciendo la tendencia a experimentar emociones positivas en el primer paso, seguida de la EABE en el segundo. Antes de realizar los análisis de regresión múltiple, las correlaciones de orden cero entre las variables predictoras fueron calculadas (ver Tabla 3.18) y se comprobó el cumplimiento de los supuestos para realizar los análisis, los cuales se alcanzaron satisfactoriamente.

*Tabla 3.18. Correlaciones de orden cero entre las variables predictoras (N = 333)*

Variable	EP	B	EM
B	.136**		
EM	.161**	.602***	
ENM	.148**	.578***	.629***

\*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

*Variables de bienestar.* Se evaluó si la EABE era capaz de predecir satisfacción con la vida, ansiedad, vitalidad, crecimiento personal, propósito en la vida (evaluado tanto con la PWS

como por el PIL) y los dos componentes de la esperanza (determinación y planes) por encima de emociones positivas. La EABE no predijo varianza adicional por encima de emociones positivas en ansiedad, pero sí lo hizo en las demás variables. En la Tabla A1.8., Apéndice 1, se muestran los coeficientes de regresión y el aumento significativo de la proporción de varianza explicada por la EABE por encima de la varianza explicada por emociones positivas. Este aumento fue de un 5.3% en satisfacción con la vida, 4.8% en vitalidad, 3.3% en crecimiento personal, 3.4% en propósito en la vida evaluado con la PWS y 4% evaluado con el PIL, 4.9% en el factor de determinación de esperanza y 7.4% en el de planes. Al examinar simultáneamente todos los predictores, emociones positivas y apreciación de la excelencia no moral se mantuvieron como predictores significativos en satisfacción con la vida, propósito en la vida evaluada con el PIL y en el factor de determinación de esperanza. En cambio, en vitalidad, emociones positivas, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral resultaron predictores significativos. Por otro lado, en crecimiento personal, tanto emociones positivas como apreciación de la excelencia moral fueron significativos. En propósito en la vida (PWS), sólo emociones positivas se mantuvo como un predictor significativo. Finalmente, en el factor planes de esperanza, emociones positivas y apreciación de la belleza resultaron significativos. En todos los casos, emociones positivas fue el predictor más fuerte.

*Variables de prosocialidad.* Por último, hemos probado la capacidad de predicción de la EABE sobre emociones positivas en altruismo, confianza, sensibilidad a los demás, materialismo, envidia, toma de perspectiva y preocupación empática. Dado que emociones positivas no predijo significativamente materialismo, no fue necesario realizar el análisis de regresión jerárquica. Las correlaciones de orden cero de materialismo fueron  $r = -.077$  con emociones positivas y  $r = -.102$  ( $p = .032$ ) con el factor de belleza. En el caso de la envidia, la EABE no predijo varianza adicional más allá de la predicha por emociones positivas. En relación al resto de las variables, si se observó un aumento significativo en la proporción de varianza explicada por la EABE por encima de la explicada por emociones positivas (véase Tabla A1.9., Apéndice 1). Este aumento fue de un 11.5% en altruismo, 3.3% en confianza, 10.6% sensibilidad a los demás, 6.8% en toma de perspectiva y 15.1% en preocupación empática. Al incluir todos los predictores en el análisis, emociones positivas y apreciación de la excelencia moral fueron predictores significativos tanto en altruismo como en confianza, siendo el primer predictor el más fuerte en confianza y el segundo el mejor en altruismo. En sensibilidad a los demás, sólo apreciación de la excelencia moral resultó significativo. En preocupación empática, tanto emociones positivas como los dos factores de apreciación de la excelencia fueron predictores significativos, siendo el factor de excelencia moral el más fuerte. Por último, en toma de perspectiva sólo emociones positivas fue un predictor significativo. En definitiva, puede decirse que la EABE demostró evidencias de validez incremental sobre la tendencia a experimentar emociones positivas al predecir significativamente la mayoría de las variables de bienestar y prosocialidad cuando los efectos de emociones positivas fueron controlados.

### 3.4. Conclusión

La psicología no ha prestado la debida atención a la ABE como una fortaleza del carácter. Para llenar este vacío y ampliar el conocimiento sobre la estructura factorial de ABE y sus relaciones con otros constructos psicológicos, se estableció como uno de los objetivos del presente trabajo desarrollar un instrumento de medida de la ABE que fuera breve, que no estuviera insertado en otros instrumentos más largos, que estuviera disponible gratuitamente para otros investigadores, que cubriera adecuadamente el contenido de ABE mediante la evaluación de sus tres dimensiones, y examinar sus propiedades psicométricas. Si bien la belleza es un concepto difícil, por no decir imposible, de definir y por tanto de evaluar, en este trabajo nos centramos en la experiencia subjetiva de las personas ante lo bello y lo excelente, con la convicción de que esas percepciones sí podían ser examinadas mediante los métodos científicos propios de la psicología, no exentos de limitaciones.

Los análisis realizados ofrecieron diversas muestras de la validez del instrumento. Las evidencias de validez de contenido, es decir, el grado en que un instrumento cubre todos los aspectos relevantes del dominio conceptual que se pretende medir, se obtuvieron mediante la inclusión en el modelo de ítems que evaluarán las tres dimensiones que constituyen la ABE. La comprobación de la estructura dimensional de ABE se consiguió, primero, mediante AFE y, a continuación, con AFC en dos muestras independientes. El modelo de tres dimensiones obtenido demostró un buen ajuste a los datos, superior al de un modelo unidimensional y varios modelos de dos dimensiones. Además, la prueba de heterogeneidad de las correlaciones de las tres dimensiones de la ABE con las variables de la red nomológica apoyó la diferenciación de estas tres dimensiones. Las tres escalas resultaron ser internamente consistentes, lo que es especialmente notable dada su brevedad. Los datos obtenidos apoyaron la propuesta teórica de Peterson y Seligman (2004) según la cual la apreciación de la belleza y la excelencia es un único constructo que se compone de tres tipos de apreciación distintos pero fuertemente relacionados que se corresponden con la belleza, la excelencia moral y la excelencia moral.

Otra evidencia de validez de constructo se determinó mediante la evaluación de una red nomológica que, en general, resultó ser consistente con nuestras hipótesis, salvo algunas excepciones que comentaremos más adelante. Además de la inspección visual de las correlaciones, los dos índices de validez de constructo, así como la prueba de heterogeneidad de las correlaciones correlacionadas, proporcionaron una forma más sistemática y objetiva de probar directamente las hipótesis acerca de la red nomológica de la ABE (Bryant *et al.*, 2007). Con respecto a las evidencias de validez incremental de la EABE, ésta demostró explicar más varianza que la medida más utilizada de ABE, es decir, la escala de ABE del VIA-IS, en relación a diversas variables de bienestar y prosocialidad. Asimismo, la EABE predijo una proporción de varianza significativa de algunas de estas mismas variables por encima de la deseabilidad social y de la tendencia a experimentar emociones positivas, lo que nos sugiere que, aunque la EABE pueda estar relacionada con deseabilidad social y la disposición a las emociones positivas, las relaciones de la ABE con bienestar y prosocialidad no pueden ser explicadas exclusivamente por

la relación de ABE con deseabilidad social y emociones positivas. Asimismo, los cinco grandes factores de la personalidad sólo explicaron el 23.1% de la varianza en apreciación de la belleza, el 13.1% de la varianza en apreciación de la excelencia moral y el 13.5% de la varianza en apreciación de la excelencia no moral, por lo que puede decirse que la disposición hacia la ABE es única y no se puede reducir a una mera combinación lineal de los cinco grandes factores de la personalidad.

Los resultados de estos estudios nos permiten describir a la persona con tendencia a apreciar la belleza y la excelencia, que parecen ser diferentes de las personas bajas en ABE en una serie de constructos psicológicos. En primer lugar, los altos en ABE son, en general, más altos en autotrascendencia. En otras palabras, tienden a quedarse absortos, a olvidarse de sí mismos y a perder la conciencia del paso del tiempo. También tienden a experimentar una relación extraordinariamente fuerte con la naturaleza y el universo como un todo, y tienen con frecuencia la sensación de que todo parece ser parte de un organismo vivo. Asimismo, pueden sentirse vitalizados y confortados por experiencias espirituales frecuentemente.

Además, los altos en ABE también tienden a estar más orientados hacia los demás pues tienen una mayor capacidad para experimentar lo que otras personas están sintiendo y ponerse en el lugar psicológico del otro. Suelen tener una actitud de simpatía hacia otras personas, una mayor preocupación activa por el bienestar de los demás, y una fuerte creencia en la sinceridad y las buenas intenciones de los otros. Además, los que tienden a ser más altos concretamente en apreciación de la belleza están menos centrados en la búsqueda de objetivos materialistas, y los que tienden a ser más altos tanto en apreciación de la belleza como en apreciación de la excelencia moral tienden a ser menos envidiosos.

En cuanto al bienestar, los que son altos en ABE disfrutan de un mayor bienestar tanto hedónico como eudaimónico. En concreto, tienden a estar más satisfechos con la vida, experimentan más emociones positivas, son más vitales, sienten que están en continuo crecimiento personal, tienen un sentido de propósito en la vida más alto y experimentan más esperanza. Por otra parte, los altos en apreciación de la belleza y apreciación de la excelencia no moral tienden a tener un poco menos de ansiedad.

En relación con la taxonomía de personalidad de los cinco grandes, las personas altas en ABE tienden a ser más abiertas a la experiencia, amables, extrovertidas, responsables y menos neuróticas. Por último, la tendencia a apreciar la belleza parece aumentar ligeramente a medida que envejecemos y a medida que aumenta el nivel de educación. Además, las mujeres tienden levemente a tener una mayor apreciación de la excelencia moral que los hombres.

Además de esta descripción general, al comparar los tres tipos de apreciación entre sí, las personas particularmente altas en la dimensión de apreciación de la belleza tienden más que las que son altas en apreciación de la excelencia moral y no moral a ser más abiertas a la experiencia, a experimentar más la autotrascendencia, a ser menos materialistas y a pensar con más facilidad en las distintas maneras en las que podrían alcanzar sus objetivos en el futuro.

Por otro lado, las personas que son especialmente altas en la dimensión de apreciación de la excelencia moral tienen una mayor tendencia que las que son más altas en la apreciación de la

belleza y de la excelencia no moral a tener creencias, actitudes y comportamientos prosociales, es decir, son más amables, sensibles a los demás, altruistas, sienten más las emociones de las personas que sufren y se preocupan más por ellas, y también tienen una mayor tendencia a dar una imagen de sí mismas socialmente aceptable.

Por último, los individuos que son altos en la dimensión de apreciación de la excelencia no moral tienden, más que los altos en apreciación de la belleza y de la excelencia moral, a tener una alta necesidad de logro y mayor satisfacción con la vida, quizá por el papel que el logro de metas en la vida tiene en estas variables.

Además, las personas especialmente altas en cualquiera de las dos dimensiones de excelencia tienen mayor tendencia que las altas en apreciación de la belleza a tener un mayor propósito en la vida (evaluado con PWS), probablemente debido a que la escala del PWS se centra principalmente en la existencia y consecución de metas en la vida, y los dos tipos de apreciación de la excelencia parecen estar más relacionadas que apreciación de la belleza con la motivación a lograr ciertos objetivos, en este caso, el logro de la excelencia.

En general, las relaciones observadas se ajustaron a las hipótesis, aunque se esperaban correlaciones ligeramente superiores con materialismo, envidia, depresión y ansiedad. La correlación negativa de materialismo con apreciación de la belleza se ajustó a las predicciones y concuerda con estudios previos (Diessner *et al.*, 2008) y con las ideas de otros autores (p.ej, Haidt & Keltner, 2004; Eco, 2004). No obstante, la relación fue más pequeña de lo esperado. Quizá se haya atenuado por la posibilidad de que la belleza puede despertar deseos de posesión. En estos casos, no hablaríamos de apreciar la belleza, tal y como se entiende en el marco de esta tesis, es decir, como una fortaleza, pero este efecto se puede dar ante la belleza y es un efecto interesante que se podría estudiar en el futuro. Quizá el hecho de que la respuesta ante la belleza sea de apreciación o de deseo de posesión dependa de ciertas características de la persona como su grado de espiritualidad o el tipo de necesidades o carencias que uno tiene. En relación a la envidia, la predicción se cumplió parcialmente pues se esperaba que ésta correlacionara más alto con los factores de excelencia que con la belleza, y lo que se ha observado es que la correlación fue significativa sólo con la apreciación de la belleza y de la excelencia moral, siendo más alta con la belleza. Una posible explicación a la ausencia de relación con la apreciación de la excelencia no moral, sea un efecto parecido al que podría haberse dado en el caso del materialismo, es decir, es posible que precisamente por considerar valiosos determinados atributos de los demás, uno quiera poseerlos, quizá más por el prestigio que podría acompañarlos o por cubrir ciertas necesidades, y no tanto por la apreciación de su valor intrínseco. Haidt y Keltner (2004) sugirieron que una persona segura, que no tiene necesidades de estima, sería más capaz de apreciar la excelencia de los demás. De nuevo, sería interesante investigar qué hace que ante la excelencia de los demás se pueda reaccionar de una u otra manera. Quizá no se ha sabido reflejar adecuadamente en la EABE este matiz que diferenciaría la apreciación del valor intrínseco tanto de la belleza como de la excelencia de los demás del deseo de posesión de tales atributos.

Con respecto a las relaciones entre la ABE y la depresión, ésta no resultó significativa, lo que, por otro lado, concuerda con estudios previos (Diessner *et al.*, 2008). Asimismo, se esperaban correlaciones más altas con ansiedad y éstas, aunque significativas en el caso de la belleza y la excelencia no moral, fueron pequeñas. Una posible explicación es que las personas altas en ABE también sean más proclives al malestar cuando la belleza y la excelencia no están presentes en su entorno, o cuando son expuestas a ambientes feos o personas mediocres. Por tanto, su posible efecto beneficioso podría haberse difuminado al no haber controlado en qué medida las personas altas en ABE están, efectivamente, expuestas a la belleza y la excelencia de otras personas.

En relación a las correlaciones obtenidas con otros instrumentos de evaluación de la ABE o constructos muy similares, es decir, con la subescala de la ABE del VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004), con la Escala de implicación con la belleza (Diessner *et al.*, 2008) y con la faceta del NEO-PI-R de apertura a la estética (Costa & McCrae, 1992), éstas se ajustaron a las predicciones y fueron entre moderadas y muy altas, siendo especialmente altas con el factor de belleza, a excepción de la escala de implicación con la belleza moral, que correlacionó más alto con el factor de excelencia moral. Asimismo, los tres factores de la ABE mostraron correlaciones entre moderadas y muy altas con autotrascendencia, lo cual es coherente con nuestras hipótesis. Estas relaciones fueron mayores con la apreciación de la belleza. De hecho, como vimos en la reflexión teórica sobre las ideas filosóficas relacionadas con la ABE, sobre las experiencias cumbre y la espiritualidad, las alusiones a la autotrascendencia solían darse en relación con la belleza.

Por otro lado, tal y como se esperaba, ninguna dimensión de la ABE correlacionó con la tendencia a experimentar diversión ni con la búsqueda de emociones, ofreciendo evidencia adicional de la validez de constructo de la escala. No obstante, la correlación con deseabilidad social sí fue significativa, aunque pequeña, coincidiendo con estudios previos (Osin, 2009). Aunque este resultado no es el deseable, no es sorprendente teniendo en cuenta la naturaleza socialmente deseable de las fortalezas del carácter y la evidencia que muestra correlaciones significativas entre deseabilidad social y las fortalezas en general, algunas de las cuales llegan a ser bastante altas, como en el caso del sentido de justicia ( $r = .43$ ) o la capacidad para perdonar ( $r = .55$ ) evaluadas con el VIA-IS (Osin, 2009). Pero esta relación no es sólo un problema del VIA-IS pues también se ha observado en escalas individuales, como por ejemplo, en la escala de gratitud desarrollada por McCullough *et al.* (2002) cuyas correlaciones con deseabilidad social fueron de .34 y .29, que de hecho son mayores que las observadas en el presente estudio. Como esperábamos, la dimensión que correlacionó más alto con deseabilidad social fue la apreciación de la excelencia moral, dado su carácter más socialmente deseable. No obstante, a pesar de esta relación, la EABE predijo significativamente la mayoría de las variables de bienestar y prosocialidad aun cuando los efectos de la deseabilidad social fueron controlados.

En relación a los cinco factores de la personalidad, los resultados obtenidos son coherentes con las hipótesis y la evidencia previa (p.ej., Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Shiota *et al.*, 2006). La apreciación de la belleza correlacionó especialmente alto con apertura a la

experiencia mientras que la apreciación de la excelencia moral lo hizo con amabilidad. Neuroticismo correlacionó negativamente y de manera similar con las tres dimensiones. Con respecto a extraversión, las correlaciones observadas también concuerdan con nuestras hipótesis, aunque se esperaba una correlación más alta con los factores de excelencia, y aunque van en esa dirección, los contrastes entre las tres dimensiones mostraron que sus correlaciones no eran significativamente distintas. En el caso de la responsabilidad, las hipótesis se cumplen parcialmente, ya que sólo esperábamos una correlación pequeña con los dos factores de excelencia, especialmente con la no moral, y los datos muestran que responsabilidad se asocia de manera similar con las tres dimensiones de ABE.

Con respecto a la motivación de logro, de acuerdo con nuestras predicciones, ésta correlacionó con los factores de excelencia, especialmente con la excelencia no moral, resultado que es coherente con la observación de que las personas que aprecian este tipo de excelencia se sienten motivadas a alcanzar el éxito (Algoe & Haidt, 2009).

Las relaciones observadas con las variables de prosocialidad también confirmaron las hipótesis y van en la línea de los resultados de otros estudios (p.ej., Haidt, 2003; Silvers & Haidt, 2008; Bartels & Zeki, 2004; Algoe & Haidt, 2009; Freeman *et al.*, 2009; Cox, 2010). La mayoría de las correlaciones fueron significativas y moderadas, y especialmente altas con el factor de excelencia moral, con la excepción de confianza y toma respectiva que correlacionaron de manera similar con todos los factores. De esta manera, se aporta evidencia que sugiere el papel de la empatía en la experiencia estética y en la imitación de las acciones excelentes que observamos (Freedberg & Gallese, 2007), y el especial poder motivador de la apreciación de la excelencia a la hora de querer ser mejor persona y de llevar a cabo conductas prosociales (p.ej., Algoe & Haidt, 2009).

Con respecto a las relaciones entre la ABE y las variables de bienestar, los resultados obtenidos también se ajustaron a las hipótesis, con la excepción de la depresión y ansiedad como ya hemos comentado previamente, y fueron similares en el caso de la satisfacción con la vida a los observados en estudios previos (Isaacowitz *et al.*, 2003; Peterson *et al.*, 2006; Peterson *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008). Las relaciones observadas, entre pequeñas y moderadas, nos indican que la ABE está asociada tanto con el bienestar hedónico como con el eudaimónico, siendo más fuerte la relación con este último. Además, su contribución tiene que ver más con la autotrascendencia, cuya correlación con ABE fue particularmente elevada, que con indicadores de bienestar más centrados en el individuo como, por ejemplo, la satisfacción con la vida o el crecimiento personal.

Aunque la autotrascendencia no se ha considerado explícitamente como un indicador de bienestar en psicología positiva, ésta implica aspectos relacionados con las experiencias cumbre, *flow*, espiritualidad, o sentimientos de conexión con lo que nos rodea. De hecho, la trascendencia fue considerada por Maslow en sus últimos escritos (Koltko-Rivera, 2006) como el último estadio motivacional en el desarrollo de los seres humanos, por encima de la autorrealización, e implica la búsqueda y promoción de causas que están más allá de uno mismo (como la devoción a un ideal que podría ser la belleza o la excelencia o el deseo de unirse con aquello que es



percibido como divino) y la experiencia de comunión más allá de los límites de uno mismo a través de las experiencias cumbre (como las experiencias estéticas u otras experiencias transpersonales en las que la persona experimenta una identidad que se extiende más allá de su propia persona).

Asimismo, Seligman (2011) incluye en su modelo de bienestar (PERMA) los componentes de sentido (*meaning*) e implicación con el entorno (*engagement*, que define como *flow*) cuyas definiciones (pp. 11 y 12) son muy similares a las facetas de autotranscendencia de identificación transpersonal y olvido creativo de uno mismo, respectivamente (Cloninger *et al.*, 1994). Esta relación entre la ABE y la autotranscendencia no sólo indica que esta fortaleza está relacionada con el bienestar del individuo sino que, además, podría favorecer el bienestar sostenible (Kjell, 2011) al cobrar importancia aquello que trasciende al individuo, sean otras personas o entidades más amplias como la naturaleza, tal como demuestran las correlaciones observadas con distintas variables del ámbito prosocial. A través de la belleza del mundo y la excelencia de las demás personas, éstas son apreciadas por su valor intrínseco, no son consideradas como medios para satisfacer nuestras propias necesidades, y este especial valor que se les atribuye motiva en aquellos que las aprecian un comportamiento ético.

Además, parece ser que la felicidad duradera está asociada con una percepción del yo flexible, fuertemente conectada con el entorno, incluyendo otras personas, es decir, con tener unos valores de autotranscendencia, como la universalidad y la benevolencia (Dambrun *et al.*, 2012). La experiencia de ABE suele asociarse con una sensación de plenitud y de estar en sintonía con el mundo, aspectos del bienestar que están más relacionados con la autotranscendencia. Estos aspectos del bienestar, considerados como tales de manera explícita, se han comenzado a estudiar muy recientemente (Dambrun *et al.*, 2012, Delle Fave *et al.*, 2011), por lo que las escalas que los miden no estaban disponibles cuando se realizó este estudio pero se estudiarán en el futuro.

De todas maneras, si bien las relaciones observadas indican que la ABE se relaciona con el bienestar, un factor que posiblemente influya en esta asociación y que no se ha controlado en este estudio es si, aparte de tener una tendencia a la ABE, las personas tienen oportunidades reales de apreciar la belleza y la excelencia con frecuencia. Es decir, una persona alta en ABE que vive en un entorno que no le ofrece belleza y excelencia no se beneficiará igual que otra que sí vive en un entorno rico en este tipo de estímulos. Y es que no hay que olvidar, que en la ABE se da una interacción entre la persona y el entorno, y ambos son importantes. Éste es un aspecto importante que, aunque no formaría parte del constructo de ABE en sí mismo, será importante considerar a la hora de estudiar las relaciones de ABE con otros constructos, en concreto, el bienestar y los resultados prosociales.

Finalmente, las relaciones observadas entre la ABE y las variables sociodemográficas evaluadas se ajustaron bastante a las predicciones. A pesar de que todos los estudios revisados indican que las mujeres puntúan más alto que los hombres en ABE, evaluada como una única dimensión, en nuestro estudio las mujeres puntuaron ligeramente más alto que los hombres sólo en la apreciación de la excelencia moral, lo cual concuerda con estudios previos (Landis *et al.*,

2009). Por otro lado, sólo el factor de belleza correlacionó significativamente con edad y la relación fue pequeña, resultado que coincide con otros estudios (Park & Peterson, 2006; Ruch *et al.*, 2010; Diessner *et al.*, 2008). En relación a la educación, sólo la apreciación de la belleza mostró una correlación significativa pero ésta fue pequeña.

Los estudios presentados en este capítulo presentaron una serie de limitaciones. Una primera limitación es el hecho de que la muestra del Estudio 1 estuvo constituida sólo por mujeres. Este aspecto de la muestra podría haber sesgado los resultados, que fueron utilizados para la construcción de los ítems de la EABE. No obstante, los resultados obtenidos no fueron la única fuente de información utilizada para el desarrollo de los ítems y, además, eran bastante coherentes con los resultados observados en otros estudios realizados con anterioridad. Por otro lado, la muestra era muy pequeña, lo cual puede haber restringido el rango de posibles respuestas registradas ante la belleza y la excelencia. Sin embargo, las respuestas de unos individuos a otros eran relativamente consistentes, lo que hace pensar que aunque hubiéramos tenido una muestra más variada las respuestas no habrían sido muy distintas. Con todo, tanto el tamaño de la muestra como el hecho de que las participantes fueran todas mujeres suponen una limitación y siempre será deseable un estudio con una muestra más amplia y variada que replique o añada algo nuevo a los resultados observados, y que en cualquier caso tenga un mayor poder de generalización. Como un paso en esta dirección, en el futuro podría analizarse el contenido de los ejercicios realizados por los participantes de la intervención ( $n = 47$ ) y ver si los resultados son consistentes con los del Estudio 1.

Otra limitación tiene que ver con la brevedad de la escala, que puede haber contribuido a una posible restricción en las respuestas ante la ABE. Sin embargo, queríamos hacer una escala corta que fuera fácil de utilizar y cuya longitud no fuera una razón de exclusión en futuras investigaciones que utilicen varios cuestionarios y que, por tanto, den preferencia a escalas con pocos ítems para no abrumar al participante. Con todo, a pesar de esta limitación, pensamos que hemos logrado conseguir un equilibrio relativamente bueno entre longitud y contenido, ya que los análisis han demostrado diversas evidencias de validez de constructo y fiabilidad. En este sentido es especialmente relevante la concordancia relativamente alta entre las relaciones predichas a partir de la teoría y las observadas empíricamente entre la ABE y las variables de la red nomológica, tal y como mostraron los índices cuantitativos de validez de constructo presentados.

Por último, otra limitación es el grado de representación de la población de las muestras y la capacidad de nuestros estudios para generalizar los resultados. Hemos tratado de que la muestra fuera lo más variada posible haciendo gran parte de la investigación online para facilitar el acceso a los cuestionarios. Como resultado, hemos conseguido muestras más cercanas a la población general que las muestras constituidas exclusivamente por estudiantes universitarios, tan frecuentes en la investigación en psicología. Incluso hemos podido contar con participantes de otros países. No obstante, en el futuro, se deberán hacer más estudios sobre la ABE con muestras más grandes y más heterogéneas, que permitan ir ampliando el grado de generalización de los resultados.

En definitiva, la EABE mostró fuertes propiedades psicométricas por lo que creemos que puede ser utilizada en futuras investigaciones sobre la ABE. A pesar de sus limitaciones, pensamos que la escala es una mejora con respecto a las escalas existentes actualmente y hace una evaluación aceptable de la ABE a juzgar por las evidencias de validez observadas. Sin embargo, estos datos no responden a las preguntas de (1) si ABE se puede desarrollar, y (2) si efectivamente la ABE mantiene una relación causal con bienestar. Para responder a estas preguntas se estableció un segundo objetivo en la presente tesis consistente en el diseño y evaluación de una intervención piloto de apreciación de la belleza, la cual se describe en el capítulo siguiente.

## Capítulo 4. Diseño y evaluación de un entrenamiento piloto en apreciación de la belleza

“Quitad de los corazones el amor por lo bello,  
y habréis quitado todo el encanto a la vida.”

Jean Jacques Rousseau

### 4.1. Introducción

En este capítulo se describe el diseño y evaluación de una intervención piloto para aumentar la apreciación de la belleza (B). El presente estudio se centró sólo en apreciación de la belleza para ganar en simplicidad y porque se consideró que centrarse en un solo aspecto de la ABE sería un primer paso apropiado en el desarrollo de futuras intervenciones. A continuación, se describen los objetivos de este estudio:

1. El objetivo principal es comprobar empíricamente si es posible mejorar la apreciación de la belleza a través de actividades intencionales en un período relativamente corto de tiempo. Para alcanzar dicho objetivo, se establecieron una serie de objetivos específicos que guiaran las acciones particulares a realizar. Es decir, estos objetivos específicos definen los aspectos concretos sobre los que se trabajó en la intervención con el fin de facilitar las condiciones que, en nuestra opinión, incrementarían la probabilidad de apreciar la belleza. Estos objetivos específicos son:
  - a. Aumentar la conciencia de la presencia de belleza en el mundo. Un primer paso en la apreciación de la belleza exige darse cuenta de la belleza a nuestro alrededor.
  - b. Tomar conciencia de la forma en la que la belleza influye en nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones. Apreciar algo implica reconocer su valor. Partiendo de la premisa de que la ABE es una fortaleza y es beneficiosa, la idea es que al aumentar la conciencia de los efectos beneficiosos de la belleza sobre uno mismo, aumente asimismo el valor que asignamos a la belleza.
  - c. Cultivar una actitud estética frente a la belleza, caracterizada por una actitud de atenta contemplación del objeto por lo que es en sí mismo (Stolnitz, 1960, citado en Franklin, 1990). Una vez nos hemos percatado de la presencia de la belleza, para permitir que ésta tenga un efecto más profundo sobre nosotros, es necesario mantener una actitud atenta de apertura y apreciación.

- d. Promover conductas que puedan aumentar la probabilidad de apreciar la belleza, en concreto, introducir elementos bellos en el propio entorno y planificar y realizar actividades que aumenten la exposición a la belleza. Partiendo de que la experiencia concreta de apreciación de la belleza resulta de la interacción entre la persona que percibe y el estímulo percibido, es necesaria la exposición a estímulos que para uno sean bellos para que aumente la probabilidad de que se produzca la experiencia de apreciación.
2. Dada la evidencia empírica que muestra la relación de apreciación de la belleza con autotranscendencia y otras variables relacionadas con el bienestar (Capítulo 3), también se examinará si el entrenamiento en apreciación de la belleza produce algunos resultados más generales, en concreto, un aumento de los sentimientos subjetivos de bienestar, de la esperanza y de la autotranscendencia. Por tanto, aunque en el entrenamiento no se va a trabajar directamente en estas variables, es posible que se dé un aumento en las mismas dada su relación con apreciación de la belleza.
  3. Asimismo, se recogerá la opinión de los participantes sobre los ejercicios que forman parte de la intervención con el fin de mejorar su eficacia en futuras intervenciones.
  4. Finalmente, se evaluará la estabilidad temporal de las tres dimensiones que componen la EABE para ofrecer evidencia adicional de la fiabilidad de la escala.

Para cumplir con los objetivos de este estudio, se diseñó y evaluó una intervención piloto de tres semanas de duración con tres condiciones: (1) una condición de apreciación de la belleza (B), (2) una condición placebo (P) y (3) una condición de lista de espera (E). Se evaluaron medidas pre-test, post-test y un seguimiento un mes después del fin de la intervención con el fin de valorar sus posibles efectos.

## **4.2. Hipótesis**

En relación con el objetivo principal de este estudio, se espera un aumento de la apreciación de la belleza en la condición experimental y no en las otras dos condiciones, de manera que la condición de apreciación de la belleza puntúe más alto que las otras dos condiciones después de la intervención. Ya que la intervención está centrada sólo en la dimensión de apreciación de la belleza, se espera un incremento sólo en dicha dimensión y no en las dimensiones de apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral.

En cuanto a los objetivos específicos del estudio, esperamos que los participantes de la condición de apreciación de la belleza aumenten su conciencia sobre la presencia de la belleza en el mundo, su conciencia sobre cómo la belleza les influye, su actitud estética y determinadas conductas que hagan más probable la apreciación de la belleza, en concreto, introducir elementos bellos en el propio entorno y llevar a cabo actividades que impliquen una mayor exposición a estímulos bellos. Este aumento no se espera en las otras dos condiciones. Por tanto, la condición

de apreciación de la belleza debería puntuar más alto que las otras dos condiciones después de la intervención en estas variables.

Con respecto a los resultados generales del estudio, se espera que el grupo de apreciación de la belleza aumente sus sentimientos subjetivos de bienestar, esperanza y autotrascendencia, y no así las otras dos condiciones, por lo que la condición de apreciación de la belleza debería puntuar más alto que las otras dos condiciones después de la intervención en estas variables. Si bien estos son los resultados esperados, somos conscientes de que la autotrascendencia es una tendencia bastante estable y, por tanto, tres semanas son, seguramente, muy poco tiempo para introducir un cambio detectable. A pesar de ello, debido a nuestro interés en examinar esta variable por su contenido y su estrecha relación con apreciación de la belleza, así como el carácter piloto de este estudio, se decidió incluirla en el estudio.

En relación a la opinión de los participantes sobre los ejercicios, aunque nuestro enfoque es principalmente exploratorio y estamos abiertas a todo lo que nos puedan sugerir, y por tanto, no tenemos hipótesis específicas, sí se espera que haya una mayor adherencia a los ejercicios que son más fáciles de hacer y que gustan más.

Finalmente, se espera que la EABE tenga una fiabilidad temporal aceptable.

### **4.3. Método**

#### **4.3.1. Participantes**

##### **4.3.1.1. Muestreo y reclutamiento**

El objetivo de esta intervención era evaluar su efecto en población normal voluntaria, sin restricción de género o edad. Los únicos requerimientos para poder participar eran dominar completamente la lengua española y tener acceso a Internet durante el periodo que durara la intervención, pues ésta se haría online.

Con el fin de determinar el tamaño de la muestra necesario para la investigación, se utilizó el programa G\*Power 3 (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007), disponible en Internet. Para su cálculo, se establecieron como valores un tamaño del efecto global medio<sup>18</sup>, una potencia de .8 (recomendado), un valor alfa de .05, tres condiciones (belleza, placebo y lista de espera), tres medidas (pre, post y seguimiento), y se especificó una prueba estadística MANOVA de medidas repetidas con una interacción entre la condición y el momento de medida, lo cual dio como resultado un tamaño de la muestra de 98 participantes<sup>19</sup>. La decisión de escoger un tamaño

---

<sup>18</sup> Por convención,  $\eta_p^2 = .01$  es un tamaño del efecto pequeño; .06 es un tamaño del efecto mediano; .14 es un tamaño del efecto grande (Green & Salkind, 2005).

<sup>19</sup> Finalmente se llevaron a cabo una serie de análisis ANCOVA. Con este nuevo tipo de análisis y considerando un tamaño del efecto global  $f = .25$ , un alfa de .05, una potencia de .80, 4 grados de libertad del numerador, 3 grupos y

del efecto medio se basó en una revisión de los tamaños del efecto observados en otras intervenciones positivas. Por ejemplo, en un estudio realizado por Diessner *et al.* (2006), los tamaños del efecto de una intervención de implicación con la belleza de seis semanas fueron  $\eta_p^2 = .02$  sobre implicación con la belleza de la naturaleza,  $.08$  sobre implicación con la belleza del arte,  $.20$  sobre implicación con la belleza moral y  $.16$  sobre la puntuación total de implicación con la belleza. En el mismo estudio, los tamaños de los efectos en esperanza fueron  $\eta_p^2 = .06$  en la subescala de planes,  $\eta_p^2 = .06$  en la subescala de determinación y  $\eta_p^2 = .08$  en la puntuación total de la escala. En otro estudio, Meevissen, Peters y Alberts (2011) evaluaron una intervención de dos semanas para aumentar el optimismo mediante la imaginación del mejor yo futuro posible. La condición experimental puntuó más alto en optimismo después de la intervención que el grupo de comparación ( $\eta_p^2 = .109$ ). Por último, Martínez-Martí, Avia y Hernández-Lloreda (2010) examinaron una intervención de gratitud de dos semanas tras la cual se observó un aumento en el afecto positivo en la condición de gratitud en comparación con la condición centrada en escollos. El  $\eta_p^2$  fue  $.06$  y la potencia  $.83$ . Por tanto, teniendo en cuenta estos estudios, se espera que los resultados de la intervención en apreciación de la belleza tenga un tamaño del efecto medio.

Para reclutar participantes, se anunció el estudio a través de todos los medios disponibles. Se publicó un pequeño cartel en el campus virtual de la Universidad Complutense de Madrid, una plataforma en línea a la que todos los estudiantes de la universidad tienen acceso y en donde se pueden ver anuncios divulgados por la universidad o los profesores. Se publicó también en el sitio web de la Asociación de estudiantes de la Facultad de Psicología de la misma universidad, en la página de Facebook de la Sociedad Española de Psicología Positiva y en la cuenta personal de Facebook de la doctoranda. Asimismo, se enviaron correos electrónicos a los contactos de la doctoranda, así como a una lista de personas que mostraron interés en participar en investigación en psicología positiva durante las Jornadas de psicología positiva que se celebraron en la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid en abril de 2011. Por último, también se puso una copia impresa del cartel en diversas facultades de la Universidad Complutense, así como en otras universidades de España (por ejemplo, en la Universidad de Málaga). El cartel utilizado anunciaba específicamente la necesidad de participantes para un estudio online de tres semanas de psicología positiva acerca de intervenciones para cultivar ciertas actitudes hacia el entorno. Como compensación por la participación se ofrecía un curso online de un día sobre ejercicios para mejorar el bienestar. Asimismo, se invitaba a las personas interesadas a ponerse en contacto con la doctoranda para obtener información adicional (véanse en el Apéndice 2 el Cartel anuncio investigación, y la Información del estudio).

---

una covariable, el tamaño de la muestra necesario para detectar una diferencia significativa es 196. Con dos covariables el tamaño de la muestra es el mismo.

#### 4.3.1.2. Condiciones control

Se utilizaron dos condiciones control: (1) un grupo placebo, que hizo otra intervención (P), y (2) un grupo de lista de espera (E).

El grupo placebo se centró en las relaciones con otras personas. Los ejercicios fueron diseñados tomando como ejemplo una terapia japonesa llamada *Naikan* (Miki, 1976), que fue modificada para el propósito de este estudio. Para hacer los ejercicios, los participantes tenían que elegir tres personas procedentes de contextos diferentes con las que tenían una relación que variaba en función del grado de cercanía, de manera que la primera semana tenían que seleccionar una persona muy cercana, la segunda semana una persona con la que tuvieran menos cercanía y, por último, una persona con la que no tuvieran mucha relación durante la tercera semana. En relación a la persona escogida para cada semana, los participantes tenían que responder a unas preguntas cada noche. Las instrucciones eran las siguientes: “Por favor, cada día de esta semana, al final del día, escribe una pequeña reflexión atendiendo a dos preguntas: a) ¿Qué has recibido de esta persona?, b) ¿Qué ha recibido esta persona de ti? Si puedes, escribe tu respuesta teniendo en cuenta tu experiencia con esta persona en el mismo día que contestas a las preguntas. Si no se te ocurre nada en ese día, entonces puedes responder a las preguntas teniendo en cuenta el pasado. Lo que has recibido y lo que esta persona ha recibido de ti puede ser algo material o no material, algo grande o pequeño. Cualquier cosa positiva, aunque parezca que no es importante valdría.”

Siguiendo el principio de perturbar lo menos posible a los participantes, se optó por este tipo de intervención ya que los participantes podrían obtener un beneficio de su participación en el estudio, aunque no debería tener un efecto sobre la apreciación de la belleza. No obstante, se consideró la posibilidad de que este ejercicio influyera ligeramente en los sentimientos de gratitud y bienestar subjetivo de los participantes o incrementara su puntuación en algunos ítems de la escala de identificación transpersonal de autotranscendencia. Asimismo, es posible que las expectativas generadas por la participación en un estudio de intervenciones positivas generaran esperanza. Sin embargo, si se produjeran estos efectos, la influencia debería ser menor que en la condición de apreciación de la belleza. Con todo, se dio prioridad a la inclusión de un ejercicio de comparación que pudiera beneficiar a los participantes de alguna manera, que pudiera ser percibido como positivo y con sentido para evitar que los participantes se sintieran engañados o decepcionados una vez que la intervención hubiese terminado y se les hubiese informado de que pertenecían a una condición de comparación. Asimismo, este formato permitía hacer un ejercicio diario y registrar las respuestas en la plataforma online, por lo que era similar a la condición de apreciación de la belleza en ese sentido. Por último, con el ánimo de controlar las expectativas de los participantes sobre el resultado de las intervenciones, el estudio se anunció como una investigación de intervenciones positivas relacionadas con las actitudes hacia el entorno (físico y social), descripción en la que encajaban bien tanto la condición de apreciación de la belleza como esta condición placebo. En definitiva, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas de este ejercicio, se consideró que era aceptable para su inclusión como condición de comparación.



En cuanto a los participantes de la condición lista de espera, se les informó de que, dado el gran número de personas interesadas en el estudio, se habían hecho dos turnos y ellos habían sido asignados al azar al segundo turno. Asimismo, se les informó de que, a pesar de estar en el segundo turno, se les pediría que respondieran a algunas preguntas antes de comenzar la intervención, preguntas que en realidad se corresponderían con las medidas post-test y seguimiento de la investigación.

#### **4.3.1.3. Descripción de la muestra**

Los participantes fueron asignados aleatoriamente a una de tres condiciones posibles: belleza (B), placebo (P) y lista de espera (E). Éstos fueron reclutados en dos estudios que siguieron exactamente el mismo procedimiento. La decisión de llevar a cabo un segundo estudio se debió a dos razones. En primer lugar, porque al terminar el primer estudio, la condición de belleza estaba compuesta sólo por mujeres y, en segundo lugar, porque era necesario aumentar el tamaño de la muestra. Por lo tanto, para el segundo estudio, nuevos participantes fueron asignados aleatoriamente a las tres condiciones hasta que los tres grupos fueron equivalentes en todas las variables.

De una muestra inicial de 204 participantes (considerando ambos estudios), 150 constituyeron la muestra final. Esta diferencia se debe al hecho de que algunos participantes se retiraron del estudio y algunos valores atípicos (*outliers*) fueron eliminados de la base de datos. Estos valores atípicos fueron detectados a través de una exploración visual del diagrama de caja y bigotes de cada variable. Los casos que eran valores atípicos en más de una variable y que habían ofrecido una explicación sobre cualquier circunstancia durante la intervención, y ajena a la misma (por ejemplo, una participante había tenido problemas con el embarazo y estaba muy preocupada), que pudiera haber afectado a sus resultados fueron eliminados. En total, 6 valores atípicos fueron retirados de la base de datos (4 de la condición de belleza, 1 del placebo y 1 del grupo lista de espera). En cuanto a los participantes que abandonaron el estudio, del total de 204 participantes que inicialmente lo comenzaron, 48 lo abandonaron (23.5%) y 156 lo finalizaron (76.5%). En la condición de belleza, inicialmente había 72 participantes, de los cuales 25 abandonaron (34.7%) y 47 permanecieron en el estudio (65.3%). En la condición placebo, inicialmente compuesta por 74 participantes, 21 abandonaron (28.4%) y 53 permanecieron en el estudio (71.6%). En la condición lista de espera, de los iniciales 58 participantes, 2 se retiraron (3.4%) y 56 permanecieron (96.6%). Se asignaron de entrada menos participantes a esta última condición porque en el primer estudio ningún participante abandonó, por lo que en el segundo estudio no fue necesario compensar ese descenso en el número de participantes como sí se hizo en las otras dos condiciones. La proporción relativa de los participantes que abandonaron el estudio en relación con los que terminaron fue significativamente diferente en las tres condiciones ( $Pearson \chi^2(2) = 18.97, p < .001$ ), siendo menor en la condición lista de espera (3.4%) que en las condiciones belleza (34.7%) y placebo (28.4%). Sin embargo, no hubo

diferencias en la proporción relativa de los participantes que abandonaron el estudio entre las condiciones de belleza y placebo.

Adicionalmente, se compararon los participantes que abandonaron el estudio y los que lo terminaron en todas las variables del estudio dentro de cada grupo. Debido a que en la condición lista de espera se retiraron sólo dos participantes, no fue posible realizar los análisis en esta condición y, por lo tanto, éstos se limitaron a las condiciones de belleza y placebo. Para las variables cualitativas se calcularon una serie de pruebas de  $\chi^2$  y para las variables cuantitativas una serie de análisis de varianza (ANOVA) con dos factores: (1) *participación*, con dos niveles (abandonó el estudio y terminó el estudio), y (2) *condición*, con dos niveles (belleza y placebo). Se utilizó un ajuste de *Bonferroni* para las comparaciones múltiples y un nivel alfa de .05 para todas las pruebas estadísticas. En el caso de la nacionalidad y el estado civil no hubo suficientes casos por celda, por lo que los resultados de  $\chi^2$  no se pudieron interpretar adecuadamente. Sin embargo, las condiciones parecían ser equivalentes en estas variables. Con respecto a las demás variables, no se observó ninguna diferencia significativa entre los participantes que abandonaron el estudio y los que lo finalizaron en ninguna de las dos condiciones (belleza y placebo) en género, educación, edad, variables que representan los objetivos específicos de la intervención (es decir, conciencia de la belleza en el mundo, conciencia del modo en que la belleza nos influye, actitud estética, y conductas de exposición a la belleza), apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral, apreciación de la excelencia no moral, sentimientos subjetivos de bienestar y esperanza.

Sin embargo, sí hubo un efecto significativo de la interacción *participación* x *condición* en autotrascendencia ( $F(1, 142) = 4.77, p = .031, \eta_p^2 = .033, potencia = .583$ ). Aunque ninguna de las comparaciones múltiples presentaron un nivel de  $p$  menor que .05, se observó una diferencia entre los participantes que abandonaron el estudio y los que lo finalizaron sólo dentro de la condición belleza, puntuando más alto los que permanecieron ( $p = .054, M_{abandonó} = 3.02, DT_{abandonó} = 1.62; M_{terminó} = 3.34, DT_{terminó} = 1.18, d = .23$ ), mientras que no hubo diferencias dentro de la condición placebo ( $p = .25$ ). Aunque el tamaño del efecto de esta diferencia es pequeño, este resultado es interesante ya que podría estar revelando qué tipo de personas se ajustan mejor al entrenamiento en apreciación de la belleza, posiblemente porque el tipo de ejercicios son coherentes con sus valores y por tanto les parece que tienen más sentido. No obstante, se ha de señalar que, a pesar de esta diferencia en la condición belleza entre los participantes que abandonaron el estudio y los que lo terminaron, al comparar los niveles de autotrascendencia en los grupos antes de comenzar la intervención, las tres condiciones tuvieron puntuaciones equivalentes (como veremos en la sección de Resultados), de manera que si hubiera alguna diferencia en autotrascendencia entre las condiciones después de la intervención, podemos decir que se debería posiblemente a ésta y no a que ya desde el principio el grupo de belleza puntuaba más alto que las otras condiciones.

La muestra final estuvo compuesta por 150 participantes, de los cuales 43 participantes pertenecían a la condición belleza, 52 participantes a la condición placebo y 55 a la lista de espera. De estas 150 personas, 21 (14%) eran hombres y 129 (86%) eran mujeres y la edad

media fue de 32.09 años ( $DT = 10.97$ , rango 18-69). Hubo participantes de 13 nacionalidades diferentes, siendo la mayoría de España ( $n = 122$ , 81.3%), seguido de México ( $n = 9$ ), Argentina ( $n = 3$ ), Chile ( $n = 3$ ), Perú ( $n = 3$ ) Uruguay, ( $n = 2$ ), Italia ( $n = 2$ ), Bolivia ( $n = 1$ ), Colombia ( $n = 1$ ), Costa Rica ( $n = 1$ ), Francia ( $n = 1$ ), Alemania ( $n = 1$ ) y Venezuela ( $n = 1$ ). Aunque la mayoría tenía su residencia en España cuando la intervención se llevó a cabo, había 7 participantes que vivían en México, 2 en Argentina, 2 en Chile, 2 en Perú, 1 en Colombia, 1 en Costa Rica y 1 en Uruguay. En cuanto al nivel de educación alcanzado, el 39.3% de los participantes tenía un título universitario, el 35.3% estudios de postgrado, el 24.7% había completado la educación secundaria y el 0.7% la educación primaria. Las profesiones eran muy diversas, como por ejemplo, asistente administrativo, arquitecto, informático, bailarín, dentista, abogado o psicólogo. En cuanto al estado civil, el 68% de los participantes eran solteros, el 25.3% estaban casados o vivían con una pareja, el 6% eran divorciados o separados, y el 0.7% eran viudos. Todos ellos afirmaron cumplir los dos requisitos para participar, es decir, dominar perfectamente el español y tener acceso a internet durante el tiempo que duraría la intervención.

#### **4.3.2. Procedimiento**

##### **4.3.2.1. Formato online**

La intervención utilizó un formato online por presentar varias ventajas. En primer lugar, se consideró que mediante la eliminación de las restricciones ligadas al espacio físico sería más fácil para los participantes hacer la intervención, ya que no tendrían que desplazarse a un lugar específico y se evitarían así incomodidades y gasto de tiempo innecesarios. Además, el formato online posibilitaría que muchas más personas pudieran hacer la intervención. De hecho, cualquier persona que hablara español y que tuviera una conexión a Internet podría participar, sin importar dónde viviera. Sin embargo, este formato también tiene algunas desventajas, como la falta de contacto personal con el instructor de la intervención, así como con los demás participantes, y la limitación de la intervención a las personas con acceso a Internet. Según Seligman, Steen, Park y Peterson (2005) una desventaja de las intervenciones online es que tienen efectos más pequeños porque pierden la relación directa con el psicólogo, lo cual parece ser un factor fundamental en la eficacia de las intervenciones. No obstante, teniendo en cuenta tanto las ventajas como las desventajas, se estimó que para el estudio actual los beneficios tenían más peso que los inconvenientes. En nuestra opinión, Internet es una poderosa herramienta para evaluar y difundir intervenciones positivas, por lo que este estudio representa también una oportunidad para ver cómo funcionaría este formato, ya que, de momento, no son muchas las intervenciones positivas que se han hecho online (p.ej., Seligman *et al.*, 2005). Para esta intervención se utilizó una plataforma de aprendizaje a través de Internet (*e-learning*; <http://www.edu20.org/>) la cual presenta varias ventajas sobre otras plataformas similares, como el hecho de que es gratuita, que su interfaz está disponible en español y que ofrece la posibilidad

de subir archivos de distinto formato (vídeos, presentaciones de *Power Point* y archivos de audio), hacer ejercicios online y seguir el cumplimiento de los ejercicios por parte de los participantes. Asimismo, los cuestionarios de evaluación también se realizaron vía online (<http://www.surveymzmo.com/>).

#### **4.3.2.2. Estructura general**

Antes de iniciar la intervención, un pequeño grupo de 5 personas probaron la plataforma online, escucharon las sesiones, hicieron los ejercicios y respondieron a las preguntas durante una semana con el fin de asegurar que todo funcionaba correctamente y resolver cualquier posible problema antes de que comenzara la intervención. Una vez terminado este pre pilotaje, la semana previa al comienzo de la intervención (semana 0), las personas que habían mostrado interés en participar en el estudio fueron contactadas por correo electrónico y notificadas del comienzo inmediato de la intervención. Las que seguían interesadas en participar recibieron un enlace a un sitio web en donde respondieron si cumplían con los requisitos, leyeron y aceptaron un contrato entre el participante y la doctoranda, el consentimiento informado y respondieron a las medidas pre-test. A continuación, se llevó a cabo la asignación aleatoria de los participantes a las condiciones y se comprobó la homogeneidad de las variables dependientes entre las tres condiciones. Posteriormente, se enviaron las instrucciones específicas de cada condición a los participantes. A las condiciones de belleza y placebo se les mandó un documento explicativo sobre cómo proceder en la intervención y cómo utilizar la plataforma online, así como una invitación para acceder a la plataforma online con su nombre de usuario y contraseña la noche antes de que comenzara la intervención. Los participantes de la condición lista de espera recibieron un correo electrónico en donde se les explicaba que, debido al gran número de personas interesadas en participar en el estudio, habían sido asignados a un segundo turno y comenzarían la intervención dos meses más tarde pero que, durante esos dos meses, tendrían que responder a algunas preguntas en dos ocasiones (es decir, a las medidas post y seguimiento).

Durante las tres semanas que duró la intervención, los participantes recibieron por correo electrónico recordatorios para hacer los ejercicios y, una vez finalizada, un enlace al cuestionario online post-test y, un mes más tarde, al cuestionario de seguimiento. Los participantes en las condiciones belleza y placebo fueron informados sobre los objetivos del estudio así como de la posibilidad de hacer la otra intervención en la que no habían participado si querían. Además, se les presentaron algunos resultados preliminares, obtenidos a partir de los datos recogidos en el post-test, y fueron invitados a hacer el curso online sobre ejercicios para mejorar el bienestar como agradecimiento por su participación. Los participantes en la condición lista de espera recibieron la invitación de la plataforma online e iniciaron el entrenamiento en apreciación de la belleza. Cuando terminaron, recibieron la misma información sobre el estudio que las condiciones belleza y placebo, así como la invitación para el curso online sobre bienestar. La Tabla 4.1 resume la estructura general de la intervención.

*Tabla 4.1. Estructura general de la intervención.*

	L	M	X	J	V	S	D
	Pre pilotaje						
Semana 0	Consentimiento informado, contrato, pre-test			Asignación aleatoria		Enviar instrucciones e invitación	
Semanas 1-3	Intervención						
Semana 4	Post – test						
Semana 8	Seguimiento			Retroalimentación objetivos estudio y resultados post-test, curso			

#### ***4.3.2.3. Procedimiento específico de la condición de apreciación de la belleza***

En las siguientes secciones se describen las estrategias empleadas y los ejercicios diseñados para alcanzar cada uno de los objetivos del entrenamiento así como la planificación de cada semana de la intervención.

#### *Estrategias y ejercicios utilizados para lograr los objetivos específicos*

La Tabla 4.2 muestra las estrategias o ejercicios diseñados para cumplir cada uno de los objetivos específicos del estudio. Los ejercicios son descritos en la siguiente sección.

*Tabla 4.2. Ejercicios y estrategias diseñadas para lograr cada objetivo específico.*

Objetivo específico	Ejercicios o estrategias
1. Aumentar la conciencia de la belleza en el mundo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesión online con ejemplos: extracto película <i>American Beauty</i>, vídeo J. Bell.</li> <li>• Diario de belleza.</li> <li>• Atención a la belleza.</li> <li>• Carpeta de belleza.</li> <li>• Compartir experiencias de apreciación de la belleza en el foro.</li> </ul>
2. Incrementar la conciencia sobre cómo la belleza influye en nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diario de belleza.</li> <li>• Atención a la belleza.</li> <li>• Carpeta de belleza.</li> <li>• Recuerdo de una experiencia pasada de apreciación de la belleza.</li> <li>• Creación de entornos bellos.</li> <li>• Exposición deliberada a la belleza.</li> <li>• Reflexión global sobre la belleza.</li> </ul>
3. Desarrollar una actitud estética.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesión online con ejemplos: Énfasis en la clase de actitud que puede facilitar la apreciación de la belleza.</li> <li>• Reflexión sobre la medida en que facilitamos o dificultamos la apreciación de la belleza.</li> <li>• Atención a la belleza.</li> <li>• Exposición deliberada a la belleza.</li> </ul>
4. Introducir conductas de exposición a la belleza para aumentar la probabilidad de apreciarla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carpeta de belleza.</li> <li>• Creación de entornos bellos.</li> <li>• Exposición deliberada a la belleza.</li> </ul>

### *Descripción de los ejercicios*

*Diario de belleza.* Consiste en un diario online donde los participantes escriben al final del día las cosas bellas que han apreciado ese día. Las instrucciones son las siguientes: “Haz una lista con todas las cosas bellas que hayas apreciado hoy y enuméralas. Puede ser cualquier cosa que te haya parecido bonita, y es que es posible hallar la belleza hasta en las cosas aparentemente más insignificantes o mundanas. Si no has apreciado nada bello hoy no pasa nada, simplemente sigue prestando atención, la belleza puede aparecer cuando menos te lo esperas. Cuanta más atención prestes a tu alrededor con calma, mayor será la probabilidad de que encuentres la belleza. Si de hecho sí has apreciado algo bello hoy, por favor, describe cada situación en la que has apreciado la belleza y reflexiona sobre tu experiencia contestando, en la medida de lo

posible, a estas tres preguntas: (a) ¿Cómo te has sentido?, (b) ¿Qué has pensado?, (c) En ese preciso momento, o tal vez después, ¿hiciste algo o te sentiste impulsado/a a hacer algo?”.

*Atención a la belleza.* Este ejercicio consiste en centrar la atención en un objeto bello (el que el participante haya elegido) de manera abierta, receptiva, sin analizar racionalmente, es decir, con una actitud estética, para lo cual se siguen unas instrucciones contenidas en un archivo de audio de 10 minutos (.mp3). Se instruye a los participantes a centrarse en las características del objeto (color, brillo, luz, forma, textura, sonido, etc.) para facilitar la absorción. Justo antes de terminar, su atención se dirige a sus sentimientos del momento. Ya que este ejercicio se hace siguiendo las instrucciones de un archivo .mp3, los participantes pueden descargar el archivo en sus reproductores de .mp3 (o móviles) y hacer el ejercicio cuando lo deseen. Ese mismo día, deben describir muy brevemente el ejercicio realizado, especificando cuándo lo han hecho, en dónde, el estímulo al que han prestado atención y cómo se han sentido. Las instrucciones del ejercicio escrito son: “Por favor, describe brevemente los siguientes aspectos del ejercicio de atención a la belleza que has hecho hoy: (a) Cuándo, (b) Dónde, (c) A qué has prestado atención, y (d) Cómo te has sentido”.

*Carpeta de belleza.* Tomando como ejemplo la carpeta positiva (*positive portfolio*) de Fredrickson, este ejercicio consiste en poner en una carpeta online objetos que representen lo que la belleza es para el participante, que tengan un significado especial y que le causen emociones positivas, presumiblemente emociones de autotranscendencia como asombro o sobrecogimiento. Estos objetos pueden ser cualquier cosa desde fotografías a poemas, citas, dibujos, canciones, pensamientos, palabras, etc. Para incluirlos en la carpeta online, los participantes pueden tomar fotografías de éstos y subirlas a la plataforma web. También se pueden subir archivos de música. Asimismo, los participantes tienen que explicar qué tipo de emociones les generan estos objetos. Las instrucciones son las siguientes: “Cada uno de vosotros tiene una carpeta personal. En esta carpeta iréis metiendo los objetos de especial relevancia para vosotros que representen lo que es bello para vosotros. Estos objetos os tienen que generar algún tipo de emoción positiva. Pueden ser fotografías, poemas, citas, dibujos, canciones, etc. Podéis hacer fotos de los objetos o lugares que os parezcan bellos y subir la fotografía a la carpeta como representación de estos objetos o lugares. Durante esta semana, pon al menos 3 objetos en tu carpeta de belleza. Al final de la semana, escribe en este espacio qué objetos has puesto y qué emociones positivas te despiertan cada uno de ellos.”

*Compartir experiencias de apreciación de la belleza en el foro.* Se creó un foro en donde los participantes podían compartir sus experiencias de apreciación de la belleza, con la idea de que sirvieran de ejemplo y ampliaran el rango de posibles lugares, objetos o situaciones en los que se puede percibir la belleza. Los participantes fueron instruidos a compartir al menos una de estas experiencias cada semana de la siguiente manera: “Durante esta semana, contribuye con al menos una entrada en el foro, compartiendo una de tus experiencias ante la belleza.”

*Recordar experiencias pasadas de apreciación de la belleza.* Los participantes tienen que recordar un momento en el que apreciaron algo hermoso y reflexionar sobre las emociones, los pensamientos, las conductas o motivaciones asociadas. Las instrucciones son las siguientes: “Por

favor, recuerda una ocasión en la que apreciaste algo que para ti era bello y trata de revivirla, tratando de recordar tantos detalles de la situación como te sea posible. Trata de reexperimentar esta situación durante unos instantes. A continuación, describe esta situación y tu experiencia, tratando de contestar, en la medida de lo posible, a las siguientes preguntas: (a) ¿Cómo te sentiste?, (b) ¿Qué pensaste?, (c) ¿Hiciste algo o te sentiste impulsado/a a hacer algo?”

*Reflexión global sobre la belleza.* Al final de la intervención, los participantes tienen que hacer una reflexión global sobre la intervención, teniendo en cuenta los ejercicios realizados así como el contenido del diario y la carpeta de belleza. Esta reflexión ha de incluir lo que significa la belleza para el participante y la influencia que tiene en su vida, si es que tiene alguna. Ya que expresar con palabras lo que es la belleza para uno puede ser difícil, este ejercicio puede ir acompañado de una composición con imágenes, música, etc., que los participantes pueden crear si quieren. Las instrucciones son las siguientes: “Por favor, haz una reflexión global sobre la belleza. Escribe una reflexión global sobre tu experiencia durante estas 3 últimas semanas que ha durado el estudio. Para ello, lee lo que has escrito en tu diario de belleza desde que empezamos el estudio y revisa el contenido de tu carpeta de belleza. Su contenido te ayudará en la reflexión. Explica con tus propias palabras lo que la belleza significa para ti, no una definición teórica como la que podrías encontrar en un libro, sino qué significado único tiene para ti, describiendo qué influencia tiene sobre ti, si es que tiene alguna. Puedes acompañar tu reflexión escrita de imágenes y archivos de audio, si lo deseas”.

*Reflexión sobre si facilitamos o dificultamos la apreciación de la belleza.* Después de explicar a los participantes las actitudes o comportamientos que pueden aumentar o disminuir la probabilidad de apreciar la belleza, se les pide que reflexionen sobre qué tipo de actitudes suelen tener. En esta ocasión, los participantes no tienen que escribir nada pues este ejercicio se realiza mientras se ve la sesión online de la segunda semana.

*Creación de entornos bellos.* Consiste en poner un estímulo bello donde se pueda percibir fácilmente, ya sea en casa o en el lugar de trabajo, como una planta, una imagen, un poema, una cita, un objeto, música, etc. Las instrucciones son las siguientes: “A lo largo de la semana, pon al menos una cosa que para ti sea bella en tu entorno, ya sea en casa o en tu lugar de trabajo, en donde puedas percibirla con facilidad. Este objeto puede ser cualquier cosa que para ti sea bella, como por ejemplo, una pintura, un dibujo, una fotografía, un poema, una frase, una planta, un objeto, música, etc. Al final de la semana, escribe en este espacio qué objeto/s bello/s has introducido en tu entorno durante la semana y describe si, al percibirlos, te causaban algún efecto, por pequeño que sea”.

*Exposición deliberada a la belleza.* Los participantes tienen que planificar con anticipación una actividad que pueda aumentar la probabilidad de apreciar la belleza. Por ejemplo, la actividad podría ser ir a lugares como galerías, museos, teatros, cines, zonas bonitas de la ciudad, conciertos, entornos naturales, etc. Los participantes deben adoptar una actitud estética al hacer esta actividad. Las instrucciones son las siguientes: “Por favor, planifica con tiempo una actividad que harás durante esta semana mediante la cual sea más probable que aprecies la belleza. Puedes, por ejemplo, visitar algún museo o exposición, ir al cine o al teatro, ir



a pasear por alguna zona del sitio en donde vives que te parezca especialmente bonita, escuchar música en directo, hacer una excursión al campo, ir a pasear a un parque o a unos jardines, etc. Y cuando hagas esta actividad, trata de adoptar una actitud estética, consistente en las condiciones que comentamos la semana pasada: Presta atención con una mentalidad abierta sobre cómo, cuándo y dónde puedes encontrar la belleza. Dedica tiempo a contemplar lo que te rodea, procura relajarte y déjate llevar sin analizar la situación. Hoy mismo haz una lista con todas las actividades que podrías hacer que se te ocurran y piensa en qué momentos podrías hacerlas. A continuación, elige al menos una y reserva ese momento que has establecido para hacerla. Cuando ya hayas hecho la actividad, escribe en este espacio qué actividad/es has hecho, cuándo, dónde y cuál fue tu experiencia (cómo te sentiste, qué hiciste, qué pensaste, etc.)”.

### *Organización de los ejercicios*

La inclusión de diferentes ejercicios en la intervención tiene dos finalidades. Por un lado, la introducción de actividades nuevas podría ayudar a mantener el interés en la intervención y favorecer la motivación de los participantes, evitando que éstos se aburran y pierdan interés, ya que parece que, en este contexto, a las personas generalmente les gusta el cambio, probablemente porque es agradable y estimulante (Lyubomirsky, Sheldon & Schkade, 2005). Por otro lado, los distintos ejercicios están dirigidos a lograr unos objetivos específicos y su orden sigue una evolución lógica. Durante la primera semana, éstos tienen como finalidad aumentar la conciencia de la presencia de la belleza en el mundo y de cómo ésta afecta a nuestras emociones, pensamientos, comportamientos y motivaciones. Después de este primer contacto con la belleza, la segunda semana añade un nuevo ejercicio cuyo objetivo es cultivar una actitud específica ante la belleza una vez ésta ha sido detectada. Finalmente, durante la tercera semana, los participantes son alentados a buscar activamente la belleza, es decir, a introducir nuevos comportamientos que les aseguren una mayor exposición a estímulos bellos, y a practicar la actitud aprendida previamente una vez están expuestos a la belleza con el fin de favorecer su interiorización. Finalmente, después de estas tres semanas, los participantes reflexionan sobre sus experiencias a lo largo de la intervención y sobre la belleza en un intento de integrar lo vivido. Una descripción detallada de cada semana se presenta en las siguientes secciones.

#### *Semana 1: Familiarización con la belleza y aumento de la conciencia de su presencia*

El primer día de la semana 1 comienza con un vídeo en el que se introduce el tema de la belleza a través de una revisión de algunas de sus diferentes concepciones a lo largo de la Historia, que no es demasiado teórica ni exhaustiva, para introducir el tema (la transcripción de los vídeos de las tres semanas puede verse en el Apéndice 2). Esta presentación ilustra el hecho de que hay muchas definiciones de belleza y de que, dependiendo del momento histórico o de la cultura, se enfatizan unos u otros aspectos de lo que se considera bello. Esta reflexión lleva al reconocimiento, por un lado, de que existe un cierto grado de acuerdo sobre las características que hacen que los objetos sean considerados como bellos, y por otro, de que la belleza es

también subjetiva. Y entonces se hace hincapié en el hecho de que, a pesar de que la belleza es inefable, las personas sabemos con absoluta certeza, de una manera intuitiva, cuándo algo es bello para nosotros. Esta idea es fundamental pues es el principio por el que se rige esta intervención. Después de esta breve exposición, se introduce el tema del efecto de la belleza en las personas. Como recurso se usó un vídeo<sup>20</sup> corto (3 minutos y 5 segundos) que representa a la perfección la experiencia de apreciación de la belleza. Se trata de un fragmento de una película que no revela ninguna información sobre la trama de la misma, por lo que no debería tener ningún efecto negativo sobre los participantes. Una vez que los participantes han visto el vídeo, se les pide que hagan el ejercicio de recordar experiencias pasadas de apreciación de la belleza. A continuación, se describen los ejercicios que tienen que hacer durante el resto de esa semana, que consisten en poner una cosa bella en un lugar donde se pueda percibir con facilidad, hacer un diario de belleza y compartir al menos una experiencia de apreciación de la belleza en el foro. La Tabla 4.3 resume la programación de la semana 1.

*Tabla 4.3. Programación de la semana 1.*

L	M	X	J	V	S	D
Sesión online 1						
Recordar una experiencia pasada de apreciación de la belleza						
Poner un objeto bello en el entorno						
Compartir al menos una experiencia de apreciación de la belleza en el foro						
Diario	Diario	Diario	Diario	Diario	Diario	Diario

#### *Semana 2: Adopción de una actitud estética*

Esta semana también comienza con una sesión online. El tema que se plantea es si nos damos cuenta de la belleza que nos rodea y, si lo hacemos, cuál es nuestra actitud ante ella. Para introducir esta nueva reflexión, los participantes vieron un vídeo corto (2 minutos y 36 segundos) sobre el experimento del diario *The Washington Post* realizado en 2007<sup>21</sup> en el que, Joshua Bell, uno de los mejores violinistas del mundo, camuflado con una gorra de béisbol y una camiseta, tocó su *Stradivarius* en una estación de metro en Washington durante 43 minutos. La mayor parte de la gente que pasó cerca de él apenas le hizo caso, mientras que tres días antes, Bell había llenado el auditorio de Boston, en donde las entradas costaron unos \$100. Aunque el experimento se puede interpretar de muchas maneras diferentes, es muy sugerente y es una buena manera de introducir el tema de esta segunda sesión: nuestra actitud hacia la belleza. Después de ver el vídeo, se explican las condiciones que pueden dificultar o facilitar la apreciación de la belleza. Algunas de las condiciones que presumiblemente pueden llegar a entorpecerla son:

<sup>20</sup> <http://youtu.be/3GhpmaH27Xg>

<sup>21</sup> [http://youtu.be/hnOPu0\\_YWhw](http://youtu.be/hnOPu0_YWhw)

1. Vivir absortos en nuestros pensamientos, sin darnos cuenta de nuestra experiencia en el momento presente, como si fuéramos con el piloto automático encendido.
2. Tener ideas preestablecidas sobre qué cosas son bellas o en qué lugares podemos encontrar la belleza.
3. Andar con prisas, sin demorarnos en contemplar las cosas.
4. Estar estresado. Cuando estamos estresados nuestro foco de atención se estrecha y se centra en nuestros problemas.
5. Pensar que la belleza no es importante, que es algo superfluo.
6. Analizar/racionalizar la situación cuando percibimos algo bello.

En cambio, algunas de las condiciones que probablemente pueden facilitar la apreciación de la belleza son:

1. Prestar atención a lo que nos rodea en el momento presente de una manera abierta, receptiva y sin prejuicios, así como cultivar la “mente del principiante”, es decir, una actitud de asombro similar a la de un niño que ve el mundo por primera vez.
2. Tener una actitud abierta acerca del modo y los lugares en los que se puede manifestar la belleza.
3. Dedicar tiempo a contemplar la belleza sin prisa.
4. Estar relajado. Cuando estamos relajados, estamos más abiertos a la experiencia y nuestra atención amplía su foco.
5. Reconocer el valor de la belleza.
6. Dejarse llevar y evitar el análisis de la situación cuando nos encontramos en presencia de la belleza.

Como ilustración sobre el tipo de actitud que podemos tener ante la belleza, se presenta la comparación que el místico Zen D.T. Suzuki (1960/1964), filósofo japonés del siglo XX, hace de dos poemas que representan dos actitudes diferentes ante una flor. El primero es un poema escrito por Alfred Tennyson, poeta inglés del siglo XIX:

Flor que estás en el muro agrietado,  
te arranco de tu grieta  
y te sostengo aquí en mi mano, con tus raíces y todo.  
Pequeña flor, si yo fuera capaz de entender  
lo que eres, con tus raíces y todo,  
comprendería qué es Dios y qué es el hombre.

El segundo poema es un haiku escrito por Matsuo Basho, un místico japonés y poeta zen del siglo XVII:

¡Si observo atentamente  
veo la nazuna en flor  
en la tapia!

A continuación, se pide a los participantes que lean cuidadosamente los dos poemas y comparen ambas actitudes. Tennyson tiene una actitud racional, trata de entender qué es la belleza, es activo y violento. Quiere poseer la flor, la arranca, la somete a escrutinio y se siente frustrado en su esfuerzo por entender. En cambio, Basho es más intuitivo y pasivo, no arranca la flor, simplemente la contempla con una actitud de atención y cuidado. Se siente asombrado ante una flor aparentemente normal, siendo capaz de ver lo extraordinario en lo ordinario. Según Suzuki, “Él (Basho) simplemente la mira (la flor). Está absorbido por ella. Siente algo en su mente, pero no lo expresa. Deja que un signo de exclamación diga todo lo que él quiere decir”. Por el contrario, Tennyson “es activo y analítico. Arranca la planta del sitio en donde crece. La separa de la tierra a la que pertenece...no deja a la planta sola. Tiene que arrancarla del muro, raíces y todo, lo que implica que la planta debe morir. A él no le preocupa, evidentemente, su destino.” Para Suzuki, Tennyson representa una actitud analítica, objetiva, conceptual y esquemática, mientras que Basho representa una actitud integradora, intuitiva y subjetiva. Después de explicar a los participantes las actitudes o comportamientos que pueden aumentar o disminuir la probabilidad de apreciar la belleza, se les pide que reflexionen sobre el tipo de actitudes que suelen adoptar en su vida diaria.

A continuación se lleva a cabo un ejercicio para ayudar a los participantes a cultivar una actitud estética, basada en los puntos planteados anteriormente. Utilizando estímulos visuales de objetos naturales y paisajes hermosos, los participantes son instruidos para prestar atención a las imágenes y mantener una actitud estética. Este ejercicio de atención a la belleza puede ser similar a algunos tipos de meditación, pero se centra sólo en los aspectos que ayudan a centrar la atención en el objeto bello. En otras palabras, se trata de un ejercicio psicológico sin ningún contenido filosófico o religioso. Unas instrucciones similares a las de este ejercicio, aunque adaptadas a situaciones más generales, se grabaron y se subieron a la plataforma online para que los participantes pudieran descargarlas y escucharlas durante el resto de la semana. En este archivo de audio de 10 minutos (.mp3), los participantes son instruidos a centrar su atención en un objeto bello de su elección y mantener una actitud abierta, receptiva y no analítica. Se les anima a centrarse en las características del objeto (color, brillo, luz, forma, textura, sonido, etc.) para facilitar la absorción y cada vez que se dan cuenta de que su atención se ha desviado del objeto, se les instruye a aceptar este hecho como algo normal, y a tratar de centrarse de nuevo, tranquilamente, en el estímulo elegido. Al final, los participantes se centran en la forma en que se sienten y termina el ejercicio.

Para finalizar la lección, se explica el nuevo ejercicio de esa semana, que consiste en la carpeta de belleza. La idea es que, después de una semana haciendo el diario de belleza (semana 1), los participantes deberían estar mejor preparados para identificar las emociones asociadas con la belleza y, por tanto, es un buen momento para introducir este nuevo ejercicio. Asimismo, los participantes son informados de los demás ejercicios que tendrán que hacer durante el resto de la semana 2. Una de las tareas consiste en hacer el ejercicio de atención a la belleza cada dos días, planificando con tiempo cuando creen que van a poder hacerlo. Además, tienen que comenzar a trabajar en su carpeta de belleza, añadiendo al menos tres cosas durante esa semana. Por último, los participantes siguen haciendo el diario de belleza al final del día, cada dos días, alternando con el ejercicio de atención a la belleza. Una vez más, se les anima a compartir al menos una de sus experiencias de apreciación de la belleza en el foro. La Tabla 4.4 resume la planificación de las actividades de la semana 2.

*Tabla 4.4. Programación de la semana 2.*

L	M	X	J	V	S	D
Sesión online 1						
Reflexión sobre si						
facilitamos o						
dificultamos la						
apreciación de la						
belleza						
Carpeta de belleza						
Compartir al menos una experiencia de apreciación de la belleza en el foro						
Atención	Diario	Atención	Diario	Atención	Diario	Atención

*Semana 3: Introducción de comportamientos que puedan aumentar la probabilidad de apreciar la belleza e interiorización de la actitud estética*

La tercera y última sesión es sólo una breve revisión de lo que los participantes han estado haciendo durante las últimas dos semanas y una explicación de los ejercicios nuevos de esa semana, que consisten en planificar con anticipación una actividad que pueda aumentar la probabilidad de que aprecien algo hermoso y adoptar una actitud estética al hacer esta actividad. Además, los participantes son instruidos a hacer una reflexión global sobre la belleza el último día de la intervención. Aparte de estos ejercicios nuevos, tienen que seguir haciendo la carpeta de belleza e incluir, al menos, otras tres cosas durante la semana, compartir al menos una de sus experiencias en el foro, y escribir el diario belleza de forma alternante con el ejercicio de atención a la belleza, éste último ya sin las instrucciones de audio con el objetivo de que los participantes las interioricen y cultiven una actitud estética. La Tabla 4.5 resume la planificación de actividades de la semana 3.

Tabla 4.5. Programación de la semana 3.

L	M	X	J	V	S	D
Sesión online 3					Reflexión global	
Planificar con tiempo y realizar una actividad para apreciar la belleza						
Carpeta de belleza						
Compartir al menos una experiencia de apreciación de la belleza en el foro						
Diario	Atención	Diario	Atención	Diario	Atención	Diario

### 4.3.3. Medidas

#### 4.3.3.1. Medidas relacionadas con el objetivo principal

*Escala de apreciación de la belleza y la excelencia (EABE).* Se utilizó la subescala de apreciación de la belleza para medir el objetivo principal del estudio, es decir, un aumento en apreciación de la belleza. Además, se evaluaron los otros dos factores, es decir, apreciación de la excelencia moral y no moral, para explorar posibles efectos secundarios de la intervención en apreciación de la belleza. Las escalas tienen tres ítems cada una y presentan buenas propiedades psicométricas (véase Capítulo 3). En el presente estudio, las consistencias internas en el pre-test, post-test y seguimiento fueron, respectivamente, .702, .728 y .810 en apreciación de la belleza, .772, .746 y .826 en apreciación de la excelencia moral, y .701, .713 y .777 en apreciación de la excelencia no moral. Además, se calcularon las correlaciones test-retest de un periodo de un mes de las tres escalas en los participantes de la condición lista de espera ( $n = 55$ ), las cuales fueron  $r = .735$  en el factor apreciación de la belleza,  $r = .705$  en apreciación de la excelencia moral y  $r = .817$  en apreciación de la excelencia no moral, valores que indican una estabilidad temporal aceptable.

#### 4.3.3.2. Medidas relacionadas con los objetivos específicos

Con el fin de evaluar los objetivos específicos de la intervención, se desarrollaron una serie de medidas, dos de las cuales se evaluaron dos veces, con una diferencia de 3 semanas, en una pequeña muestra de estudiantes de psicología antes de la intervención ( $n = 21$ ) para evaluar su estabilidad temporal. A continuación se describen estas medidas.

*Conciencia de la belleza en el mundo.* Los participantes responden indicando el número de cosas bellas que han percibido en los últimos tres días. Se decidió incluir esta medida en el segundo estudio.

*Conciencia de la manera en la que la belleza influye en nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones.* Se creó una escala tipo Likert de 7 puntos (7 = Totalmente de

acuerdo, 1 = Totalmente en desacuerdo) en donde los encuestados indican su grado de acuerdo o desacuerdo con 3 ítems: (1) Me he dado cuenta de cómo la belleza afecta a mis emociones, pensamientos o comportamientos. (2) He sido consciente de la influencia que la belleza tiene en cómo me siento, pienso o actúo. (3) He sido consciente de los pensamientos, emociones o conductas que la belleza me produce. La puntuación se calcula con la media de los 3 ítems. La correlación test-retest en un período de 3 semanas fue  $r = .69$ . Las consistencias internas en el presente estudio en el pre-test, post-test y el seguimiento fueron .806, .894 y .918, respectivamente.

*Actitud estética ante la belleza.* Se desarrolló una escala tipo Likert de 7 puntos (7 = Totalmente de acuerdo, 1 = Totalmente en desacuerdo) en donde se indica el grado de acuerdo o desacuerdo con 3 ítems: (1) Me he dado cuenta de la belleza de cosas aparentemente mundanas. (2) Mi atención ha sido absorbida completamente por cosas hermosas. (3) He contemplado cosas hermosas dejándome llevar, sin analizarlas. La puntuación se calcula a partir de la media de los 3 ítems. La correlación test-retest en un período de 3 semanas fue  $r = .77$ . Las consistencias internas en el presente estudio en el pre-test, post-test y el seguimiento fueron .563, .786 y .796, respectivamente. Estos ítems fueron presentados de manera intercalada con los ítems de la escala anterior.

*Conductas de exposición a la belleza.* Se evaluaron la introducción en el entorno de estímulos bellos y la realización de actividades con el fin de aumentar la probabilidad de apreciar la belleza mediante dos preguntas: (1) ¿Has cambiado algo en tu entorno (en tu casa o lugar de trabajo) para hacerlo más hermoso en la última semana? Por favor, haz una lista y enumera todas las cosas que hayas hecho, y (2) ¿Has hecho algo específico para apreciar la belleza durante la última semana? Por favor, haz una lista y enumera todas las cosas que hayas hecho. Cada pregunta se puntúa según el número de cosas en la lista. Cuando la respuesta de los participantes es "No", la puntuación es 0. La puntuación final se calcula a partir de la media de las respuestas a estas dos preguntas. Las consistencias internas en el presente estudio en el pre-test, post-test y el seguimiento fueron .487, .486 y .616, respectivamente.

#### **4.3.3.3. Medidas relacionadas con los resultados generales**

*Escala de experiencia positiva y negativa (Scale of positive and negative experience, SPANE; Diener et al., 2010).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa con hablantes nativos de inglés que eran bilingües inglés-español. Esta escala de 12 ítems mide sentimientos subjetivos positivos y negativos, y tiene un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos. La escala proporciona una puntuación de sentimientos positivos (6 ítems) y una puntuación de sentimientos negativos (6 ítems), que se pueden combinar para crear una medida de balance entre el afecto positivo y el afecto negativo, la cual converge en gran medida con medidas de bienestar como la Escala de satisfacción con la

vida de Diener *et al.* (1985), la Escala de felicidad de Lyubomirsky y Lepper (SHS, 1999) y la medida de felicidad de Fordyce (1988), entre otras. La escala evalúa con pocos ítems una amplia gama de experiencias y sentimientos positivos y negativos, y no sólo los de un cierto tipo, y se basa en la cantidad de tiempo que se experimentaron estos sentimientos durante las últimas semanas. Los autores informaron de alfas de *Cronbach* de .87, .81 y .89 para las escalas de sentimientos positivos, negativos y el balance entre las dos, respectivamente, y una correlación test-retest en un periodo de un mes de .62, .63 y .68, respectivamente. En el presente estudio, las consistencias internas en el pre-test, post-test y el seguimiento fueron, respectivamente, .902, .893 y .892 para los sentimientos positivos, .877, .852 y .846 para los sentimientos negativos, y .915, .897 y .900 para el balance.

*Escala de esperanza como estado (State Hope Scale, Snyder et al., 1996).* Se utilizó una versión española desarrollada para este estudio siguiendo el procedimiento de traducción inversa indicado previamente. Se trata de una escala tipo Likert de 8 puntos que recoge los componentes de esperanza de determinación y planes, que se pueden agregar para dar una puntuación total de esperanza. Los autores indicaron unos valores de consistencia interna para los tres ítems de determinación entre .83 y .95, y para los tres ítems de planes entre .74 y .93, y correlaciones test-retest de un mes entre .48 y .93. En el presente estudio se utilizó la puntuación total de la escala, sumando las puntuaciones de las dos subescalas (determinación y planes), cuya consistencia interna fue .900, .898 y .923, en el pre-test, post-test y seguimiento, respectivamente.

*Escala de autotranscendencia del Inventario del temperamento y el carácter (Temperament and Character Inventory, TCI; Cloninger et al., 1994).* Se evaluaron las dimensiones de olvido creativo de uno mismo (10 ítems) e identificación transpersonal (8 ítems) y se sumaron sus puntuaciones para dar lugar a una puntuación total de autotranscendencia (18 ítems). Se decidió evaluar estas dos dimensiones porque son las que han mostrado una relación más fuerte con la apreciación de la belleza (véase Capítulo 3). Se utilizó la versión validada en español de la versión revisada del TCI (Gutiérrez *et al.*, 2004), descrita en el Capítulo 3. En el presente estudio, los valores de alfa de la escala de autotranscendencia en el pre-test, post-test y seguimiento fueron .87, .88 y .91, respectivamente.

#### **4.3.3.4. Información complementaria sobre la intervención**

Aparte de las medidas que se acaban de describir, se pidió a los participantes que indicaran si habían hecho los ejercicios los días que correspondía y que evaluaran, al final de cada semana, su grado de dificultad de Muy fácil (0) a Muy difícil (10), así como en qué grado les habían gustado, de Nada (0) a Mucho (10). Como complemento a estas preguntas, se proporcionó un espacio vacío en donde los participantes podían escribir cualquier comentario que quisieran sobre los ejercicios. Por otra parte, en la última tarea, la reflexión global, se les pidió que describieran su impresión general sobre la intervención, lo que supone una fuente de información



cualitativa sobre los efectos de la intervención que nos puede ayudar a entender mejor cómo se han producido éstos y, también, sugerirnos algunos efectos que no se hayan captado con las medidas cuantitativas. Por último, en el seguimiento, se preguntó a los participantes si habían continuado haciendo algunos de los ejercicios desde que terminaron la intervención, ya que se ha observado en otras ocasiones (Seligman *et al.*, 2005) que los efectos duraderos evaluados en los seguimientos pueden estar mediados por la medida en que se han continuado haciendo los ejercicios. Además, se preguntó si algo importante e inusual había ocurrido durante la intervención que pudiese haber influido en su estado de ánimo, ya sea positiva o negativamente. Asimismo, se les volvió a preguntar por su impresión sobre los efectos generales de la intervención.

## **4.4. Resultados**

### **4.4.1. Exploración de los datos y análisis preliminares**

Antes de evaluar los efectos de la intervención, se llevó a cabo un análisis exploratorio de los datos. Debido a que se utilizó una encuesta online para recoger los datos, la cual indica a los participantes si se han dejado alguna pregunta sin contestar antes de mandar sus respuestas, no hubo datos perdidos. Tras el análisis exploratorio, se comprobó que las tres condiciones fueran equivalentes en todas las variables antes de la intervención. Para ello se realizaron una serie de pruebas de  $\chi^2$  para las variables cualitativas y una serie de análisis de varianza (ANOVA) de un factor (*condición*, con tres niveles: belleza, placebo y lista de espera) para las variables cuantitativas. Las tres condiciones resultaron ser equivalentes en todas las variables excepto en apreciación de la belleza ( $F(2, 149) = 3.31, p = .039$ ) y apreciación de la excelencia no moral ( $F(2, 149) = 3.23, p = .042$ ). Las comparaciones por pares con la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición de belleza puntuaba más alto en apreciación de la belleza que la condición placebo ( $p = .035; M_B = 5.8, DT_B = .82, M_P = 5.32, DT_P = .99, d = .52$ ), y que la condición lista de espera puntuaba más alto en apreciación de la excelencia no moral que la condición placebo ( $p = .037; M_E = 5.73, DT_E = .93; M_P = 5.29, DT_P = .86, d = .49$ ). Para controlar estas diferencias, se incluyeron estas dos variables, es decir, las medidas pre-test de apreciación de la belleza y apreciación de la excelencia no moral como covariables en los análisis sobre los efectos de la intervención.

### **4.4.2. Evaluación de los efectos de la intervención**

Se realizaron una serie de análisis de covarianza (ANCOVA) de medidas repetidas 3 x 3, con *tiempo* como factor intra-sujetos (pre-test, post-test y seguimiento), *condición* como factor inter-sujetos (belleza, placebo y lista de espera) y dos covariables: (1) la medida pre-test de apreciación de la belleza y (2) la medida pre-test de apreciación de la excelencia no moral. Un

efecto significativo de la interacción *tiempo* x *condición* indicaría un efecto de la intervención. Por tanto, el efecto que interesa evaluar es el de la interacción pero, no obstante, se indican también los efectos del *tiempo* y la *condición* por separado. Por otro lado, al analizar los efectos de la intervención sobre la apreciación de la belleza y la apreciación de la excelencia no moral, dado que sus medidas pre-test son las covariables del estudio, se realizó un ANCOVA 3 x 3 de medidas repetidas, con *tiempo* como factor intra-sujetos, *condición* como factor inter-sujetos y sólo una de las dos covariables: (1) la medida pre-test de apreciación de la belleza, en el análisis de los efectos sobre la apreciación de la excelencia no moral, y (2) la medida pre-test de apreciación de la excelencia no moral, en el análisis de la apreciación de la belleza como variable dependiente. Quisimos mantener en el análisis la medida pre-test de estas variables para poder evaluar el cambio del pre-test al post-test, que es lo que más nos interesa, lo cual nos pareció preferible a controlar la diferencia inicial entre los grupos y perder esta medida. Se utilizó un nivel alfa de .05 para todas las pruebas estadísticas y, por último, antes de realizar cada análisis, se verificaron los supuestos de normalidad, esfericidad, homogeneidad de varianzas y de igualdad de las pendientes de regresión, los cuales están descritos en el Apéndice 2. Aunque algunos de ellos no se cumplieron en algunos casos, al tener en cuenta todos los supuestos de manera global y el hecho de que se llevaron a cabo correcciones específicas, se consideró que los análisis de covarianza podían realizarse e interpretarse adecuadamente. Los resultados se exponen a continuación, ordenados en función de los objetivos de este estudio.

#### **4.4.2.1. Objetivo principal**

Como se ha indicado previamente, el objetivo principal de esta intervención es incrementar la apreciación de la belleza. En este sentido, las dimensiones de ABE relacionadas con la excelencia no deberían verse afectadas, aunque quizá podría producirse algún efecto debido a la fuerte relación que las tres dimensiones mantienen entre sí. Los resultados se detallan en los siguientes subapartados.

##### *Apreciación de la belleza*

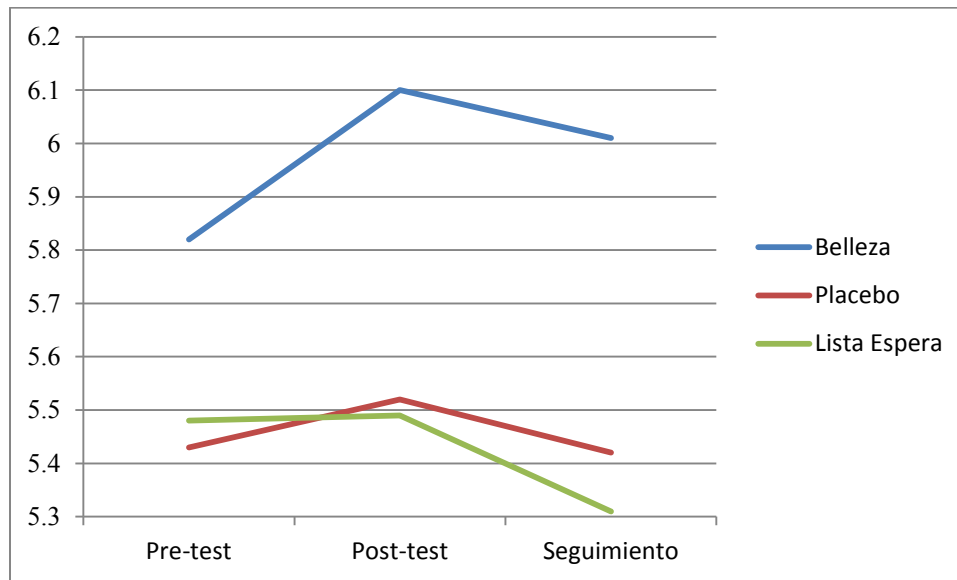
En la Tabla 4.6 se muestran los estadísticos descriptivos de apreciación de la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

Tabla 4.6. Medias y desviaciones típicas de apreciación de la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	5.80	0.82	6.09	0.68	5.99	0.79	5.96	0.76	5.82	0.79	6.10	0.81	6.01	1.02	5.98	0.76
P	5.32	0.99	5.44	0.97	5.35	1.26	5.37	1.07	5.43	0.80	5.52	0.82	5.42	1.02	5.46	0.77
E	5.59	0.88	5.56	0.88	5.38	0.99	5.51	0.92	5.48	0.81	5.49	0.82	5.31	1.02	5.43	0.77
Tot	5.56	0.92	5.68	0.90	5.55	1.08			5.58	0.80	5.70	0.82	5.58	1.02		

Con respecto a los efectos de la intervención, no hubo un efecto significativo de la *interacción* sobre los niveles de apreciación de la belleza,  $F(3.61, 263.5) = 1.44$ ,  $p = .224$ ,  $\eta_p^2 = .019$ , *potencia* = .422. No obstante, el tamaño del efecto de la interacción, aunque pequeño, indica que hubo un efecto y no se detectó con la potencia actual, y de hecho las comparaciones múltiples indicaron que sólo el grupo belleza incrementó la apreciación de la belleza del pre-test al post-test de manera moderada ( $p = .041$ ,  $d = .49$ ), mientras que este cambio no se dio en las otras dos condiciones (placebo:  $p = 1$ ,  $d = .15$ ; espera:  $p = 1$ ,  $d = .01$ ) (véase Figura 4.1). Además, las comparaciones múltiples también indicaron que aunque la condición belleza no puntuaba significativamente más alto que las otras condiciones en el pre-test ( $p = .06$ ), sí lo hacía tanto en el post-test (diferencia con grupo placebo:  $p = .003$ ,  $d = .71$ ; con grupo lista de espera:  $p = .001$ ,  $d = .75$ ) y en el seguimiento (diferencia con placebo:  $p = .017$ ,  $d = .58$ ; con lista de espera:  $p = .003$ ,  $d = .69$ ), mientras que los dos grupos de comparación no mostraron ninguna diferencia entre sí. Por otro lado, los efectos del *tiempo*  $F(1.8, 263.5) = 4.22$ ,  $p = .019$ ,  $\eta_p^2 = .028$ , *potencia* = .706) y de la *condición*  $F(2, 146) = 7.51$ ,  $p = .001$ ,  $\eta_p^2 = .093$ , *potencia* = .94) sí fueron estadísticamente significativos. Respecto al efecto del *tiempo*, a pesar de que el efecto principal fue significativo ninguna comparación múltiple lo fue, aunque parece que las puntuaciones fueron, por término medio, mayores en el post-test que en el seguimiento ( $p = .075$ ). En relación a la *condición*, el grupo belleza puntuó más alto que el placebo ( $p = .004$ ,  $d = .70$ ) y el lista de espera ( $p = .002$ ,  $d = .72$ ), posiblemente porque el grupo belleza ya puntuaba ligeramente más alto en el pre-test y, además, incrementó su nivel de apreciación de la belleza en el post-test y se mantuvo relativamente en el seguimiento, ya que descendió sólo ligeramente, manteniendo pues una puntuación más alta que las dos condiciones de comparación en los tres momentos de medida.

Figura 4.1. Puntuaciones en apreciación de la belleza de las tres condiciones en los tres momentos de medida.



#### Apreciación de la excelencia moral

En la Tabla 4.7 se muestran los estadísticos descriptivos de apreciación de la excelencia moral en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de la covarianza.

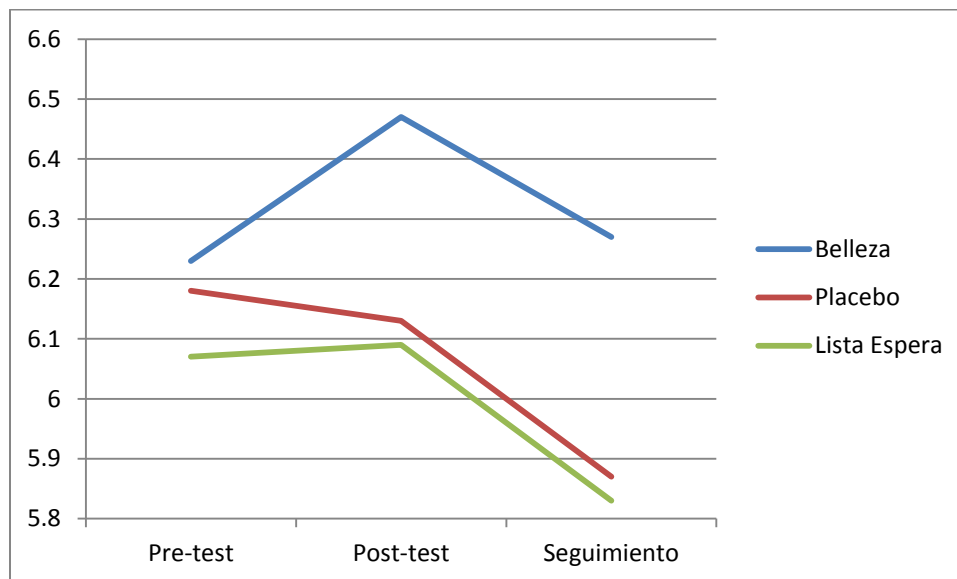
Tabla 4.7. Medias y desviaciones típicas de apreciación de la excelencia moral en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	6.30	0.57	6.48	0.58	6.31	0.66	6.36	0.60	6.23	0.69	6.47	0.63	6.27	0.87	6.32	0.46
P	6.06	0.70	6.08	0.71	5.80	1.04	5.98	0.82	6.18	0.69	6.13	0.63	5.87	0.86	6.06	0.68
E	6.11	0.95	6.11	0.58	5.86	0.84	6.03	0.79	6.07	0.69	6.09	0.63	5.83	0.86	6.00	0.62
Tot	6.15	0.78	6.21	0.66	5.97	0.90			6.16	0.69	6.23	0.62	5.99	0.86		

El efecto de la interacción *condición x tiempo* no fue estadísticamente significativo,  $F(3.63, 263.27) = 1.8$ ,  $p = .135$ ,  $\eta_p^2 = .024$ ,  $potencia = .518$ . No obstante, según las comparaciones múltiples parece que el grupo belleza experimentó un incremento del pre-test al post-test ( $p = .047$ ,  $d = .45$ ) que no se dio en los otros dos grupos (placebo:  $p = 1$ ,  $d = .08$ ; espera:  $p = 1$ ,  $d = .03$ ). Asimismo, parece que el grupo placebo puntuó más bajo en el seguimiento que en el pre-test ( $p = .025$ ,  $d = .45$ ) y el post-test ( $p = .007$ ,  $d = .37$ ), y el grupo lista de espera más bajo en el seguimiento que el post-test ( $p = .006$ ,  $d = .45$ ). También parece que el grupo belleza

puntuó más alto en el post-test que los grupos placebo ( $p = .037$ ,  $d = .54$ ) y espera ( $p = .013$ ,  $d = .60$ ), y más alto que este último en el seguimiento ( $p = .042$ ,  $d = .51$ ). Por otro lado, hubo un efecto significativo del *tiempo* en los niveles de apreciación de la excelencia moral,  $F(1.82, 253.36) = 8.46$ ,  $p = .001$ ,  $\eta_p^2 = .055$ , *potencia* = .95, de manera que las puntuaciones en general fueron más altas en el pre-test que en el seguimiento ( $p = .04$ ,  $d = .23$ ). También se observó un efecto significativo de la *condición*,  $F(2, 145) = 3.58$ ,  $p = .03$ ,  $\eta_p^2 = .047$ , *potencia* = .66, y las comparaciones múltiples revelaron que la condición belleza puntuó más alto que la condición lista de espera ( $p = .033$ ,  $d = .59$ ), ya que la primera puntuaba un poco más alto en el pre-test, incrementó ligeramente su puntuación en el post-test y en el seguimiento seguía puntuando más alto que la condición lista de espera, que además disminuyó su puntuación en el seguimiento, por lo que, por término medio, las puntuaciones de la condición belleza fueron más altas (véase Figura 4.2).

Figura 4.2. Puntuaciones en apreciación de la excelencia moral de las tres condiciones en los tres momentos de medida.



#### *Apreciación de la excelencia no moral*

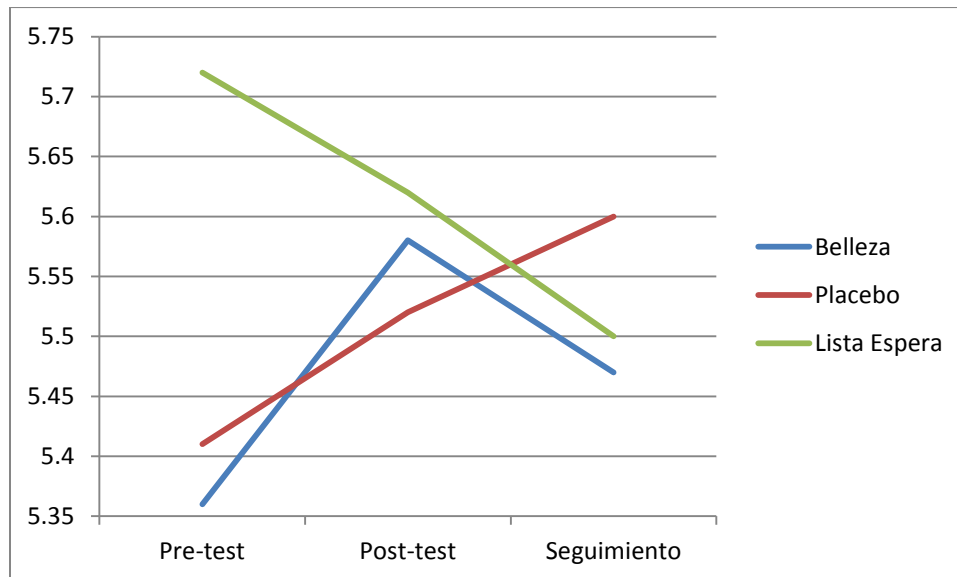
En la Tabla 4.8 se muestran los estadísticos descriptivos de apreciación de la excelencia no moral en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de la covarianza.

*Tabla 4.8. Medias y desviaciones típicas de apreciación de la excelencia no moral en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.*

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	5.48	0.88	5.66	0.83	5.57	1.09	5.57	0.93	5.36	0.79	5.58	0.94	5.47	0.96	5.47	0.75
P	5.29	0.86	5.43	1.07	5.50	1.02	5.41	0.98	5.41	0.79	5.52	0.94	5.60	0.97	5.51	0.74
E	5.73	0.93	5.63	0.98	5.51	0.97	5.62	0.96	5.72	0.79	5.62	0.93	5.50	0.96	5.61	0.73
Tot	5.51	0.91	5.57	0.98	5.53	1.02			5.50	0.78	5.57	0.93	5.52	0.96		

Con respecto a los efectos de la intervención en apreciación de la excelencia no moral, no se observó ningún efecto significativo (véase Figura 4.3).

*Figura 4.3. Puntuaciones en apreciación de la excelencia no moral de las tres condiciones en los tres momentos de medida.*



#### **4.4.2.2. Objetivos específicos**

Como se indicó previamente, para alcanzar el objetivo principal de esta intervención, es decir, aumentar la apreciación de la belleza, se definieron una serie de objetivos específicos que guiarían los pasos a seguir en el entrenamiento. Estos objetivos eran incrementar la conciencia de la belleza en el mundo, de cómo está afecta a nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones, desarrollar una actitud estética y fomentar conductas que aumentaran la probabilidad de apreciar la belleza. A continuación se detallan los análisis de cada una de estas variables.

## Conciencia de la belleza en el mundo

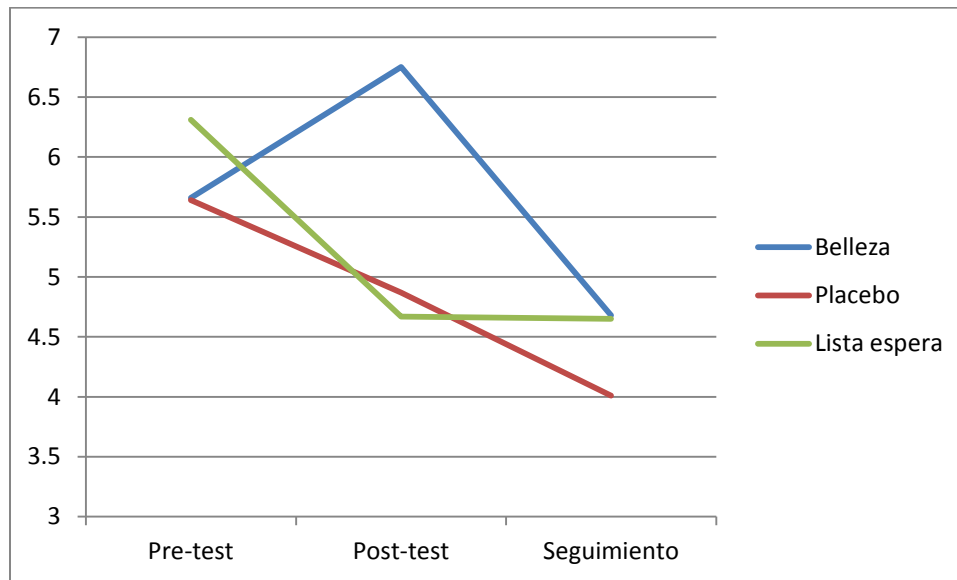
Esta variable fue evaluada sólo en el segundo estudio porque es cuando se decidió incluirla. El tamaño de la muestra en este caso fue 58 (condición belleza  $n = 18$ , condición placebo  $n = 23$ , condición lista de espera  $n = 17$ ). Se realizó un ANOVA de un factor, *condición* (belleza, placebo y lista de espera), para examinar las diferencias entre las condiciones de esta muestra en todas las variables dependientes en el pre-test. Las tres condiciones resultaron ser equivalentes en todas las variables, excepto en actitud estética ( $F(2, 57) = 3.45, p = .039$ ). Las comparaciones por pares utilizando la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición belleza puntuó más alto en actitud estética que la condición placebo, aunque el valor de  $p$  no fue significativo ( $p = .068$ ;  $M_B = 5.62, DT_B = .83$ ;  $M_P = 4.84, DT_P = 1, d = .85$ ). Por lo tanto, se incluyó actitud estética como covariable en el análisis. En la Tabla 4.9 se muestran los estadísticos descriptivos de conciencia de la belleza en el mundo en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

Tabla 4.9. Medias y desviaciones típicas de conciencia de la belleza en el mundo en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
B	6.33	3.44	7.05	3.99	5.05	2.91	6.14	3.45	5.66	3.14	6.75	2.90	4.68	2.60	5.77	2.33
P	5.34	3.35	4.73	2.02	3.30	2.07	4.45	2.48	5.64	3.04	4.87	2.81	4.01	2.52	4.63	2.26
E	6	2.89	4.52	2.18	4.23	2.53	4.92	2.53	6.31	3.04	4.67	2.81	4.65	2.52	5.10	2.25
Tot	5.84	3.23	5.40	2.99	4.12	2.56			5.87	3.04	5.43	2.81	2.52	2.52		

Con respecto a los efectos de la intervención, la interacción *condición* x *tiempo* no fue estadísticamente significativa,  $F(3.93, 106.1) = 2.15, p = .081, \eta_p^2 = .074, potencia = .613$ , aunque el valor de  $p$  no estaba muy lejos del nivel de significación y el efecto fue moderado, por lo que es posible que con una muestra mayor la prueba hubiese sido significativa. De hecho, se puede observar que mientras las dos condiciones de comparación disminuyeron su puntuación del pre-test al post-test y de éste al seguimiento, el grupo belleza puntuó más alto en el post-test que en el pre-test ( $d = .55$ ) y, además, puntuó más alto que las condiciones placebo ( $d = .66$ ) y lista de espera ( $d = .73$ ) en el post-test. Los efectos de *tiempo* y *condición* no fueron significativos (véase Figura 4.4).

Figura 4.4. Puntuaciones en conciencia de la belleza en el mundo de las tres condiciones en los tres momentos de medida.



*Conciencia de la manera en la que la belleza influye en nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones*

En la Tabla 4.10 se muestran los estadísticos descriptivos de conciencia de la influencia de la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de la covarianza.

Tabla 4.10. Medias y desviaciones típicas de conciencia de la influencia de la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

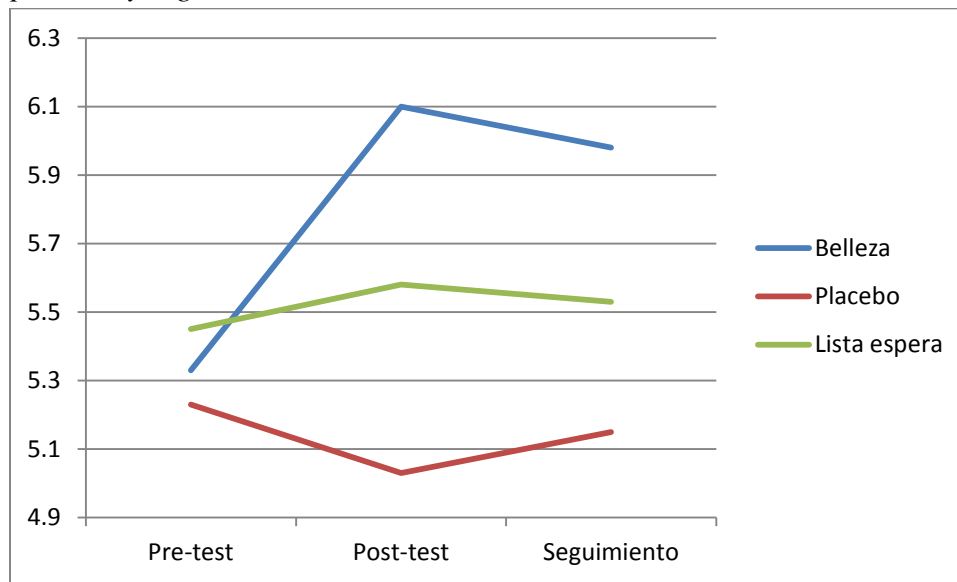
	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	5.48	1.11	6.20	0.83	6.11	0.71	5.93	0.88	5.33	0.96	6.10	1.00	5.98	1.12	5.80	0.78
P	5.12	1.02	4.92	1.40	5.07	1.44	5.04	1.29	5.23	0.96	5.03	1.00	5.15	1.12	5.14	0.78
E	5.43	1.06	5.59	0.82	5.50	1.16	5.51	1.01	5.45	0.96	5.58	1.00	5.53	1.12	5.52	0.78
Tot	5.34	1.07	5.54	1.17	5.53	1.24			5.34	0.96	5.57	0.99	5.56	1.11		

Con respecto a los efectos de la intervención, el efecto de la interacción *condición x tiempo* fue estadísticamente significativo ( $F(3.72, 269.95) = 4.52, p = .002, \eta_p^2 = .059, potencia = .927$ ). Las comparaciones por pares con la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición *belleza* obtuvo puntuaciones más altas en el post-test ( $p < .001, d = .71$ ) y en el seguimiento ( $p = .004, d = .56$ ) que en el pre-test, mientras que este cambio no se observó en los otros dos grupos.



Además, la condición belleza puntuó más alto que las condiciones placebo ( $p < .001$ ,  $d = 1.07$ ) y lista de espera ( $p = .037$ ,  $d = .52$ ) en el post-test. También la condición lista de espera puntuó más alto que la placebo en el post-test ( $p = .017$ ,  $d = .55$ ). Asimismo, la condición belleza todavía puntuó más alto que el placebo en el seguimiento ( $p = .001$ ,  $d = .40$ ) (véase Figura 4.5). También se observó un efecto significativo de la *condición*,  $F(2, 145) = 8.70$ ,  $p < .001$ ,  $\eta_p^2 = .107$ ,  $potencia = .967$ . Las comparaciones múltiples revelaron que tanto la condición belleza ( $p < .001$ ,  $d = .85$ ) como lista de espera ( $p = .038$ ,  $d = .49$ ) puntuaron más alto que el placebo por término medio. Finalmente, no se observó ningún efecto significativo en *tiempo* (véase Figura 4.5).

*Figura 4.5. Puntuaciones de las tres condiciones en conciencia de la influencia de la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento.*



#### *Actitud estética ante la belleza*

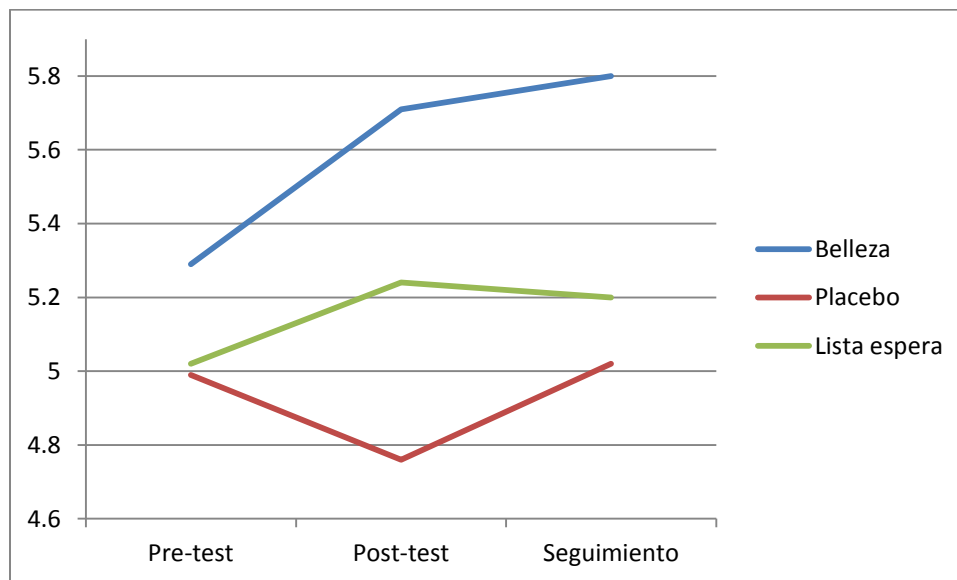
En la Tabla 4.11 se muestran los estadísticos descriptivos de actitud estética ante la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de la covarianza.

Tabla 4.11. Medias y desviaciones típicas de actitud estética ante la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	5.38	1.15	5.83	1.00	5.93	0.79	5.71	0.98	5.29	1.00	5.71	1.10	5.80	1.01	5.60	0.78
P	4.87	0.95	4.65	1.37	4.91	1.36	4.81	1.23	4.99	1.00	4.76	1.10	5.02	1.01	4.92	0.78
E	5.04	1.07	5.23	1.03	5.20	0.98	5.16	1.03	5.02	1.00	5.24	1.09	5.20	1.01	5.15	0.78
Tot	5.09	1.07	5.21	1.24	5.31	1.16			5.10	0.99	5.24	1.09	5.34	1.00		

Con respecto a los efectos de la intervención, aunque el efecto de la interacción *condición* x *tiempo* no fue significativo, el valor de  $p$  no estuvo demasiado lejos del nivel de significación ( $F(3.62, 262.44) = 2.24, p = .072, \eta_p^2 = .030, potencia = .620$ ). Las comparaciones por pares con la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición belleza puntuó más alto en el seguimiento que en el pre-test ( $p = .026, d = .41$ ), cambio que no se observó en los otros dos grupos, y además, más alto que el placebo en el post-test ( $p < .001, d = .86$ ), y que las condiciones placebo ( $p = .001, d = .77$ ) y lista de espera ( $p = .014, d = .59$ ) en el seguimiento. Por otro lado, mientras que el efecto del *tiempo* no fue significativo, sí se observó un efecto significativo de la *condición* en los niveles de actitud estética ( $F(2, 145) = 8.84, p < .001, \eta_p^2 = .109, potencia = .969$ ). Las comparaciones múltiples revelaron que, por término medio, la condición belleza puntuó significativamente más alto que las condiciones placebo ( $p < .001, d = .87$ ) y lista de espera ( $p = .018, d = .58$ ) (véase Figura 4.6).

Figura 4.6. Puntuaciones de las tres condiciones en actitud estética en el pre-test, post-test y seguimiento.



## Conductas de exposición a la belleza

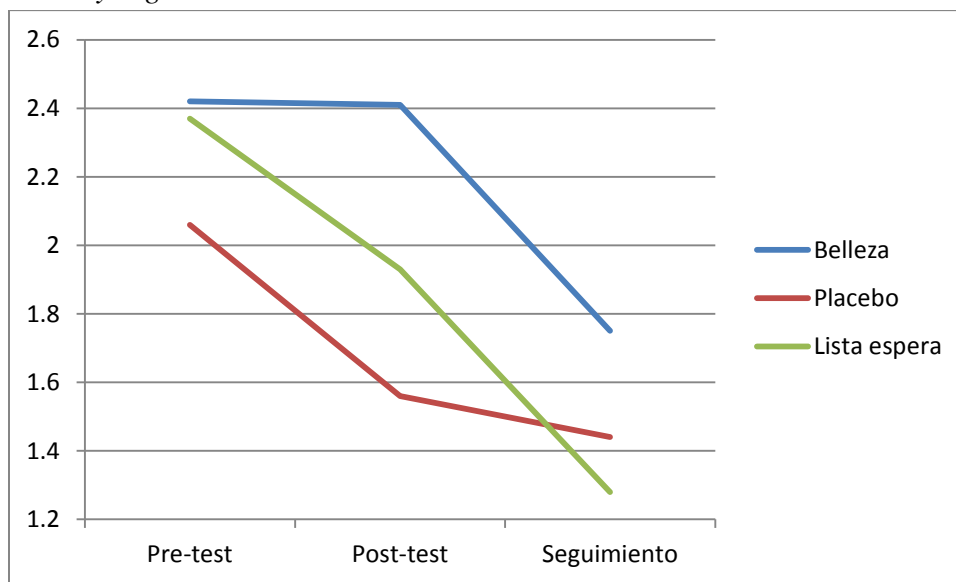
En la Tabla 4.12 se muestran los estadísticos descriptivos de conductas de exposición a la belleza en el pre-test, post-test y medida de seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de la covarianza.

*Tabla 4.12. Medias y desviaciones típicas de conductas de exposición a la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.*

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	2.47	1.17	2.40	1.22	1.75	1.40	2.21	1.26	2.42	1.29	2.41	1.14	1.75	1.28	2.19	0.60
P	1.96	1.39	1.50	1.07	1.36	1.32	1.61	1.26	2.06	1.28	1.56	1.14	1.44	1.28	1.69	0.62
E	2.41	1.30	1.99	1.13	1.34	1.14	1.91	1.19	2.37	1.28	1.93	1.14	1.28	1.28	1.86	0.52
Tot	2.28	1.32	1.94	1.19	1.47	1.29			2.28	1.27	1.97	1.13	1.49	1.27		

La interacción *condición x tiempo* no fue significativa ( $F(4, 290) = 1.93, p = .105, \eta_p^2 = .026$ , potencia = .580), aunque al observar las comparaciones múltiples la condición belleza parecía puntuar más alto que la placebo en el post-test ( $p = .001, d = .74$ ). Hubo, sin embargo, un efecto significativo de la *condición* ( $F(2, 145) = 3.51, p = .033, \eta_p^2 = .046$ , potencia = .647) y las comparaciones múltiples revelaron que la condición belleza puntuó significativamente más alto que la placebo ( $p = .029, d = .82$ ). Por último, el efecto de *tiempo* no fue significativo (véase Figura 4.7).

*Figura 4.7. Puntuaciones de las tres condiciones en conductas de exposición a la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento.*



#### 4.4.2.3. Resultados generales

Como ya comentamos, también se evaluó si la intervención produciría cambios en otras variables como la autotrascendencia, la esperanza o los sentimientos subjetivos de bienestar como consecuencia de la relación que éstas mantienen con la apreciación de la belleza. En los siguientes apartados se describen los resultados obtenidos con más detalle.

##### *Esperanza*

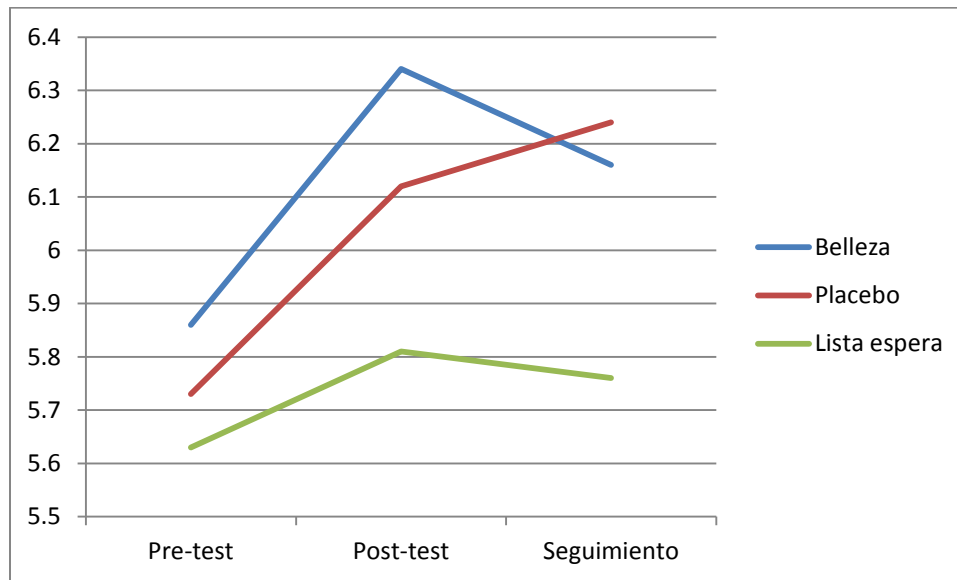
En la Tabla 4.13 se muestran los estadísticos descriptivos de esperanza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

*Tabla 4.13. Medias y desviaciones típicas de esperanza en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.*

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
B	5.89	1.20	6.39	0.82	6.18	1.06	6.15	1.03	5.86	1.38	6.34	1.15	6.16	1.25	6.12	1.12
P	5.66	1.46	6.04	1.36	6.16	1.33	5.95	1.38	5.73	1.38	6.12	1.15	6.24	1.24	6.02	1.12
E	5.66	1.40	5.84	1.17	5.80	1.28	5.77	1.28	5.63	1.38	5.81	1.15	5.76	1.24	5.73	1.12
Tot	5.73	1.37	6.07	1.17	6.04	1.25			5.74	1.37	6.09	1.14	6.05	1.24		

No se observaron efectos significativos ni de la interacción *condición x tiempo*, ni de *tiempo* ni de *condición* por separado. No obstante, se puede observar que las tres condiciones incrementaron su esperanza del pre-test al post-test, especialmente las condiciones belleza y placebo (belleza:  $d = .47$ ; placebo:  $d = .41$ ), aunque sólo el placebo sigue aumentándolo en el seguimiento. No obstante, el efecto fue mayor en el grupo belleza que, de hecho, puntuó más alto que la condición lista de espera en el post-test ( $d = .46$ ) (véase Figura 4.8).

Figura 4.8. Puntuaciones de las tres condiciones en esperanza en el pre-test, post-test y seguimiento.



#### Autotrascendencia

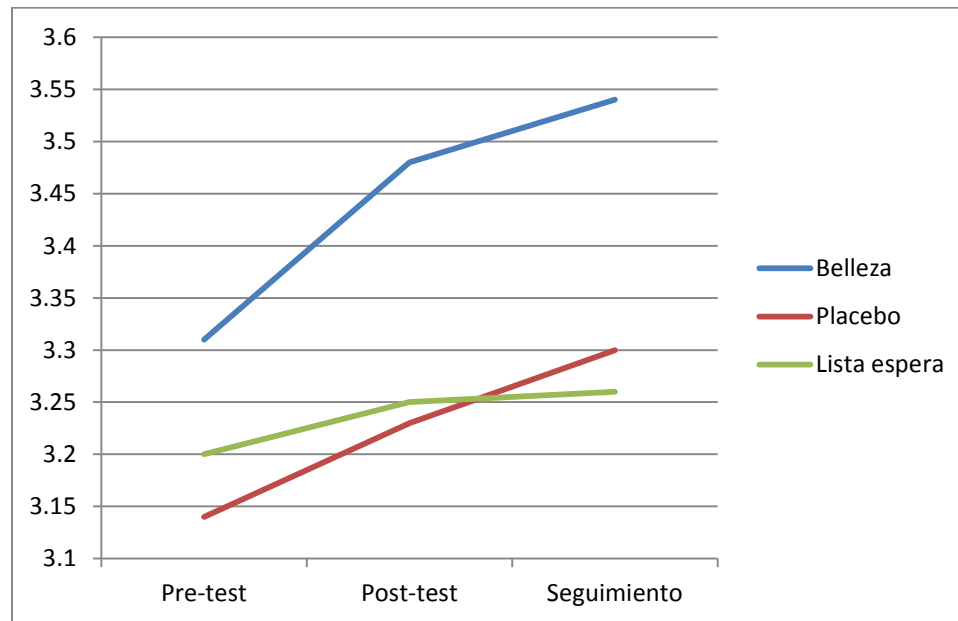
En la Tabla 4.14 se muestran los estadísticos descriptivos de autotrascendencia en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

Tabla 4.14. Medias y desviaciones típicas de autotrascendencia en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	3.36	0.55	3.53	0.49	3.59	0.62	3.49	0.55	3.31	0.56	3.48	0.56	3.54	0.66	3.44	0.54
P	3.05	0.70	3.16	0.64	3.22	0.73	3.14	0.69	3.14	0.56	3.23	0.56	3.30	0.66	3.22	0.55
E	3.24	0.63	3.29	0.66	3.29	0.70	3.27	0.66	3.20	0.56	3.25	0.56	3.26	0.65	3.24	0.55
Tot	3.21	0.64	3.31	0.62	3.35	0.70			3.21	0.56	3.32	0.55	3.37	0.65		

No se observaron efectos significativos, aunque los resultados fueron en la dirección prevista. De hecho, las comparaciones múltiples indicaron que sólo la condición belleza aumentó de manera significativa su puntuación del pre-test al post-test ( $p = .016$ ,  $d = .41$ ) y del pre-test al seguimiento ( $p = .004$ ,  $d = .48$ ). Además, el grupo belleza puntuó más alto que los grupos placebo ( $d = .45$ ) y lista de espera ( $d = .41$ ) en el post-test, y en el seguimiento (diferencia con placebo,  $d = .36$ ; diferencia con lista de espera,  $d = .43$ ) (véase Figura 4.9).

Figura 4.9. Puntuaciones de las tres condiciones en autotrascendencia en el pre-test, post-test y seguimiento.



#### Balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos

En la Tabla 4.15 se muestran los estadísticos descriptivos del balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

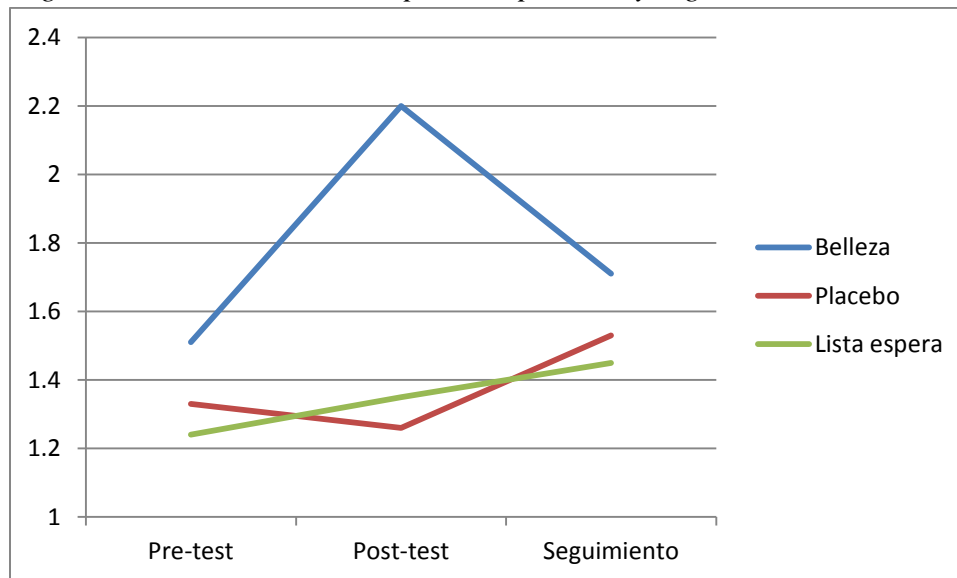
Tabla 4.15. Medias y desviaciones típicas del balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	1.55	1.32	2.19	0.92	1.68	1.20	1.81	1.15	1.51	1.35	2.20	1.07	1.71	1.22	1.81	0.99
P	1.27	1.26	1.24	1.14	1.53	1.32	1.35	1.24	1.33	1.34	1.26	1.07	1.53	1.22	1.38	0.99
E	1.25	1.40	1.36	1.03	1.45	1.04	1.35	1.16	1.24	1.34	1.35	1.07	1.45	1.21	1.35	0.99
Tot	1.35	1.33	1.56	1.12	1.55	1.19			1.36	1.33	1.60	1.05	1.56	1.20		

Con respecto a los efectos de la intervención, se observó un efecto significativo de la interacción *condición x tiempo* ( $F(4, 290) = 3.19, p = .014, \eta_p^2 = .042, potencia = .821$ ). Las comparaciones por pares con la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición belleza aumentó su puntuación del pre-test al post-test ( $p < .001, d = .58$ ) y descendió de éste al seguimiento ( $p = .027, d = .43$ ), cambio que no se observó en los otros dos grupos, y además

puntuó más alto en el post-test que las condiciones placebo ( $p < .001$ ,  $d = .88$ ) y lista de espera ( $p = .001$ ,  $d = .79$ ). Por otro lado, los efectos de *tiempo* y *condición* no fueron estadísticamente significativos (véase Figura 4.10).

*Figura 4.10. Puntuaciones de las tres condiciones en balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos ante la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento.*



Con el fin de examinar más a fondo esta mejora en el post-test del balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos de los participantes en la condición apreciación de la belleza, se evaluaron los efectos de la intervención en los sentimientos subjetivos positivos y negativos por separado.

#### *Sentimientos subjetivos positivos*

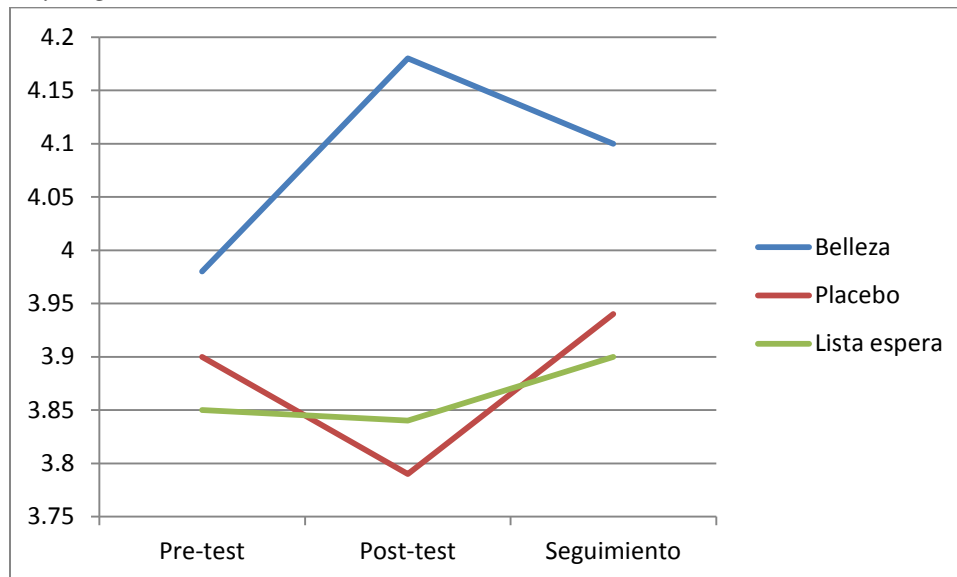
En la Tabla 4.16 se muestran los estadísticos descriptivos de los sentimientos subjetivos positivos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

Tabla 4.16. Medias y desviaciones típicas de sentimientos subjetivos positivos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT	M	DT
B	4.01	0.62	4.18	0.45	4.08	0.55	4.09	0.54	3.98	0.64	4.18	0.56	4.10	0.62	4.09	0.50
P	3.86	0.58	3.76	0.64	3.93	0.65	3.85	0.62	3.90	0.64	3.79	0.56	3.94	0.62	3.88	0.50
E	3.86	0.70	3.85	0.51	3.90	0.59	3.87	0.60	3.85	0.64	3.84	0.56	3.90	0.62	3.87	0.50
Tot	3.91	0.64	3.92	0.57	3.97	0.61			3.91	0.64	3.94	0.55	3.98	0.61		

La interacción *condición x tiempo* no fue significativa ( $F(4, 290) = 1.83, p = .122, \eta_p^2 = .025, potencia = .555$ ), aunque los resultados fueron en la dirección esperada. Las comparaciones múltiples indicaron un incremento del pre-test al post-test únicamente en el grupo belleza, con tamaño del efecto entre pequeño y moderado ( $p = .06, d = .33$ ), y, además, este grupo puntuó más alto que las condiciones placebo ( $p = .003, d = .70$ ) y lista de espera ( $p = .01, d = .61$ ) en el post-test, y el tamaño del efecto fue entre moderado y grande. Por otro lado, hubo un efecto significativo de *tiempo* ( $F(2, 290) = 4.85, p = .008, \eta_p^2 = .032, potencia = .798$ ) aunque los valores de  $p$  en las comparaciones por pares no fueron significativas y, de hecho, no se observa una tendencia clara de los grupos a incrementar o disminuir sus puntuaciones a lo largo de la intervención. Por último, tampoco el efecto de *condición* fue significativo (véase Figura 4.11).

Figura 4.11. Puntuaciones de las tres condiciones en sentimientos subjetivos positivos en el pre-test, post-test y seguimiento.





### *Sentimientos subjetivos negativos*

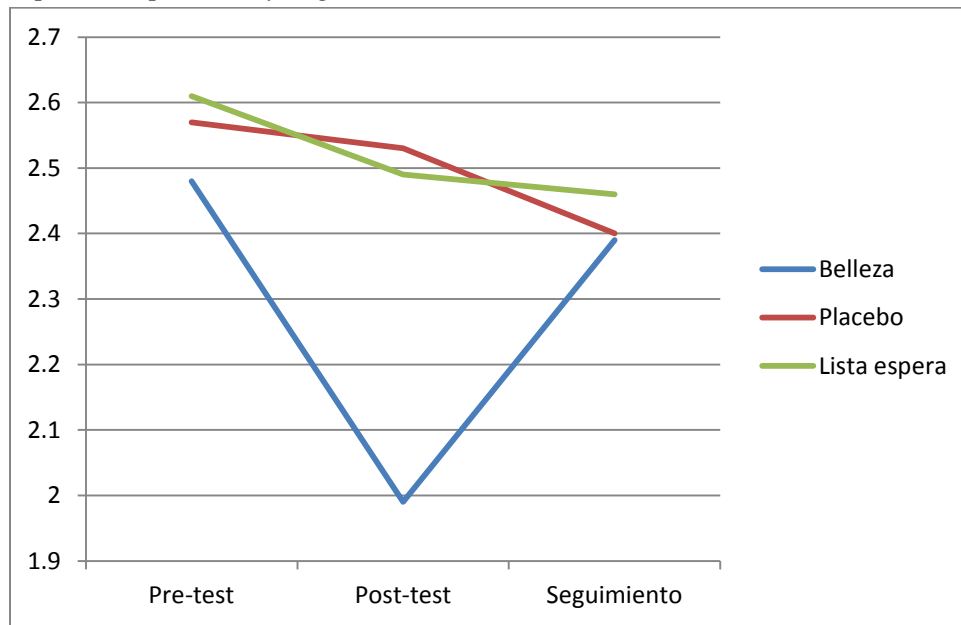
En la Tabla 4.17 se muestran los estadísticos descriptivos de los sentimientos subjetivos negativos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, así como los valores ajustados utilizados en el análisis de covarianza.

*Tabla 4.17. Medias y desviaciones típicas de sentimientos subjetivos negativos en el pre-test, post-test y seguimiento en las tres condiciones, y valores ajustados utilizados en el ANCOVA.*

	Estadísticos descriptivos								Valores ajustados							
	Pre-test		Post-test		Seguim		Total		Pre-test		Post-test		Seguim		Total	
	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
B	2.46	0.79	1.99	0.59	2.39	0.74	2.28	0.71	2.48	0.84	1.99	0.67	2.39	0.74	2.28	0.60
P	2.58	0.85	2.52	0.64	2.40	0.79	2.50	0.76	2.57	0.84	2.53	0.67	2.40	0.74	2.50	0.60
E	2.60	0.82	2.48	0.70	2.44	0.62	2.51	0.71	2.61	0.84	2.49	0.67	2.46	0.74	2.52	0.60
Tot	2.56	0.83	2.36	0.69	2.42	0.72			2.55	0.83	2.33	0.66	2.42	0.73		

En relación a los efectos de la intervención, hubo un efecto significativo de la interacción *condición x tiempo* ( $F(4, 290) = 3.29, p = .012, \eta_p^2 = .043, potencia = .836$ ). Las comparaciones por pares con la corrección de *Bonferroni* mostraron que la condición belleza disminuyó significativamente su puntuación del pre-test al post-test, diferencia con un tamaño del efecto entre mediano y grande ( $p < .001, d = .67$ ), aumentó en el seguimiento, con tamaño del efecto mediano ( $p = .002, d = .52$ ), y, además, puntuó significativamente más bajo en el post-test que las condiciones placebo ( $p < .001, d = .81$ ) y lista de espera ( $p = .001, d = .75$ ), siendo ambas diferencias de un tamaño grande. Por otro lado, no se observaron efectos significativos ni en *tiempo* ni en *condición* (véase Figura 4.12).

*Figura 4.12. Puntuaciones de las tres condiciones en sentimientos subjetivos negativos ante la belleza en el pre-test, post-test y seguimiento.*



#### **4.4.3. Información relativa a los ejercicios de la intervención**

Como investigación piloto, se recogió información sobre el grado de adherencia a los ejercicios, sobre la percepción de su dificultad y en qué medida su realización fue una tarea agradable. Se preguntó a los participantes si habían hecho los ejercicios cada semana (la respuesta podía ser Sí o No), el grado de dificultad (evaluado con una escala de 10 puntos desde Muy fácil = 1, a Muy difícil = 10), en qué grado les gustó hacerlos (evaluado con una escala de 10 puntos de Nada = 1 a Mucho = 10), y cuál fue su impresión general sobre la intervención. A continuación, se describen los resultados para cada una de las tres semanas de la intervención.

##### **4.4.3.1. Semana 1**

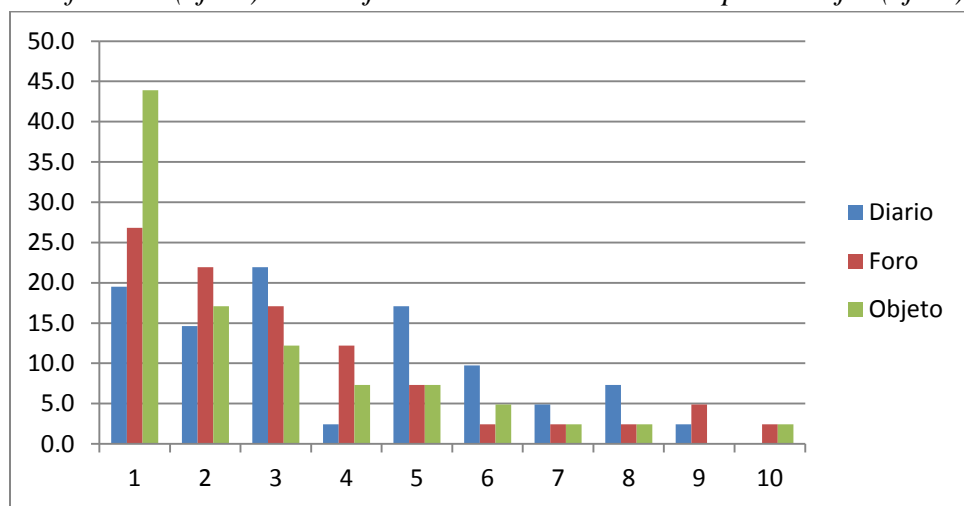
Cuarenta y un participantes de la condición belleza respondieron un pequeño cuestionario al final de la primera semana de la intervención. La Tabla 4.18 muestra las respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios, su dificultad, y en qué medida les gustaron. El cumplimiento fue alto en general, especialmente de aquellos ejercicios que les gustaban más. De promedio, los participantes consideraron que los ejercicios eran fáciles, siendo el ejercicio de poner un objeto bello en su entorno el más fácil, seguido de la participación en el foro y del diario de belleza. Además, a los participantes les gustó hacer los ejercicios en general, sobre todo el ejercicio de poner un objeto bello en su entorno y el diario de belleza, siendo la participación en el foro el ejercicio que menos gustó, aunque tuvo una buena valoración.

Tabla 4.18. Respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios de la semana 1, su dificultad, y en qué medida les gustaron.

Ejercicio	Cumplimiento %		Dificultad		Disfrute	
	Sí	No	M	DT	M	DT
Diario	95.1	4.9	3.83	2.33	8.05	1.70
Objeto	100	0	2.71	2.23	8.56	1.87
Foro	78	22	3.27	2.44	6.83	2.53

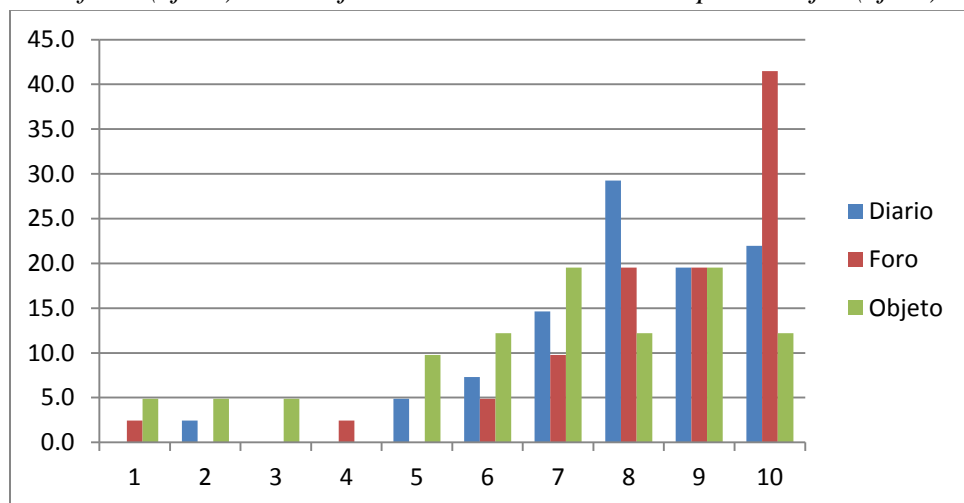
Además, las Figuras 4.13 y 4.14 muestran la distribución de los porcentajes de las respuestas con respecto a la dificultad y al disfrute de los ejercicios, respectivamente.

Figura 4.13. Dificultad (eje X) de los ejercicios de la semana 1 en porcentajes (eje Y).



Nota. Muy fácil = 1, Muy difícil = 10.

Figura 4.14. Disfrute (eje X) de los ejercicios de la semana 1 en porcentajes (eje Y).



*Nota. Nada = 1, Mucho = 10.*

Los comentarios de los participantes con respecto a los ejercicios de la primera semana, en general, fueron muy positivos. Casi todos los participantes indicaron que los ejercicios les ayudaron a ser más conscientes de la belleza que les rodea lo que, a su vez, influyó en su estado de ánimo positivamente. Sin embargo, hay algunas recomendaciones que deben ser consideradas. Aunque una minoría, algunos participantes señalaron que los ejercicios eran un poco repetitivos. Además, aunque la mayoría de los participantes dijeron que les gustaba mucho el foro, a algunos participantes no les gustó compartir sus experiencias de apreciación de la belleza en el foro, ya que consideraban que estas experiencias son demasiado íntimas como para compartirlas con otras personas. En cuanto al diario, algunos participantes dijeron que era difícil expresar sus sentimientos al apreciar la belleza, y sugirieron la creación de un glosario emocional que pudiera ayudarles a expresar sus sentimientos. Siguiendo esta recomendación, en la segunda semana se creó un nuevo tema en el foro donde los participantes podían especificar las emociones que solían sentir al apreciar la belleza. Se decidió hacerlo de esta manera, en lugar de ofrecer una lista de emociones asociadas con apreciación de la belleza, para evitar que nuestras hipótesis influyeran en los participantes. Además, algunos participantes expresaron la dificultad de apreciar la belleza, ya que la mayor parte del tiempo estaban en su lugar de trabajo y no tenían tiempo. Esto subraya, de nuevo, la importancia del entorno real o de la disponibilidad de tiempo a la hora de apreciar la belleza, además de la actitud personal.

#### **4.4.3.2. Semana 2**

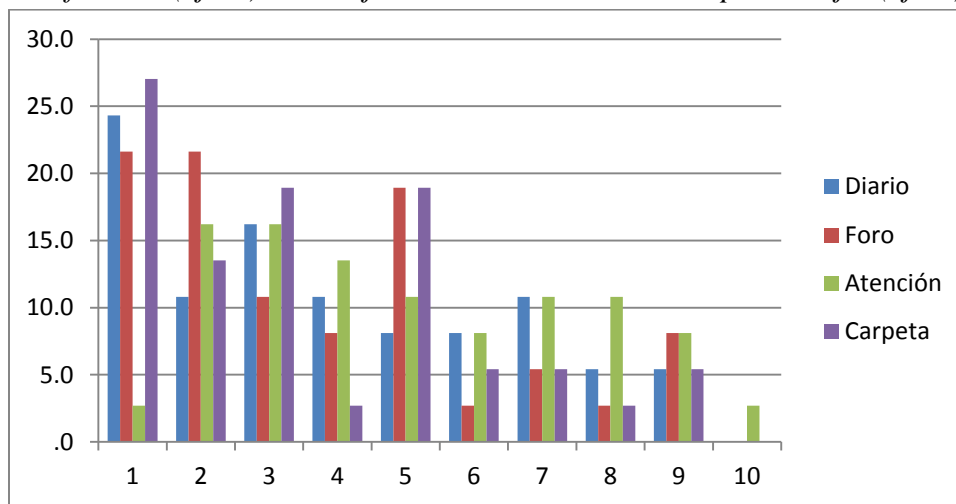
Treinta y siete participantes de la condición belleza respondieron un pequeño cuestionario al final de la segunda semana de la intervención. La Tabla 4.19 muestra las respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios, su dificultad, y en qué medida les gustaron. El cumplimiento fue alto en general, especialmente de aquellos ejercicios que les gustaban más. De promedio, los participantes consideraron que los ejercicios eran fáciles, siendo la carpeta de belleza el ejercicio más fácil, seguido de la participación en el foro, del diario de belleza y del ejercicio de atención a la belleza. En general, a los participantes les gustó hacer los ejercicios, sobre todo la carpeta de belleza, seguido del ejercicio de atención, el diario de belleza y, por último, la participación en el foro.

*Tabla 4.19. Respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios de la semana 2, su dificultad, y en qué medida les gustaron.*

Ejercicio	Cumplimiento %		Dificultad		Disfrute	
	Sí	No	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
Diario	83.8	16.2	3.95	2.56	7.46	1.91
Atención	91.9	8.1	5.03	2.51	7.73	1.77
Carpeta	91.9	8.1	3.57	2.41	8.49	1.45
Foro	83.8	16.2	3.73	2.50	7.27	2.13

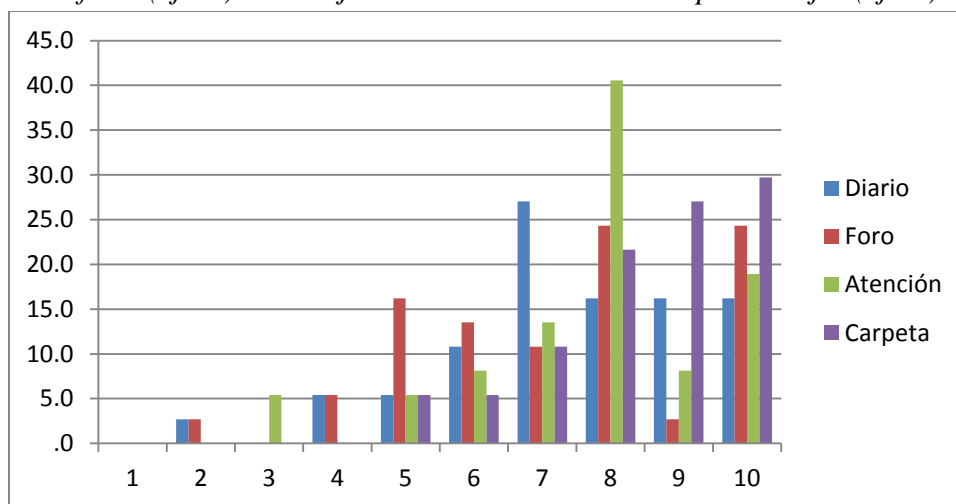
Además, las Figuras 4.15 y 4.16 muestran, respectivamente, la distribución de los porcentajes de las respuestas con respecto a la dificultad y al disfrute de los ejercicios.

*Figura 4.15. Dificultad (eje X) de los ejercicios de la semana 2 en porcentajes (eje Y).*



*Nota. Muy fácil = 1, Muy difícil = 10.*

*Figura 4.16. Disfrute (eje X) de los ejercicios de la semana 2 en porcentajes (eje Y).*



*Nota. Nada = 1, Mucho = 10.*

En cuanto a los comentarios sobre los ejercicios de la semana 2, la mayoría de los participantes notaron un aumento de la atención hacia las cosas bellas de su entorno y del valor que les asignaban. Sin embargo, dos de los participantes respondieron que, durante la segunda semana, los efectos de la intervención habían sido más débiles que en la semana anterior, probablemente porque, según ellos, los ejercicios eran muy repetitivos. Por otra parte, también dos participantes indicaron que, a veces, el hecho de que estaban buscando activamente los objetos bellos, les

impedía apreciarlos. También vale la pena señalar que algunos de los participantes, que estaban viviendo determinadas situaciones problemáticas (por ejemplo, una enfermedad grave de un familiar), dijeron que les supuso un mayor esfuerzo centrarse en la belleza pero, al mismo tiempo, enfatizaron que los ejercicios les ayudaban a hacer frente a sus problemas.

#### 4.4.3.3. Semana 3

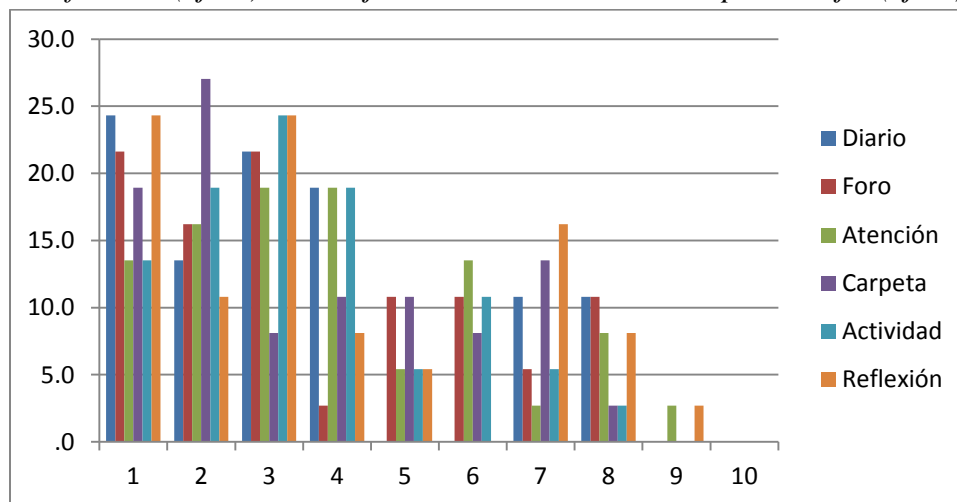
Treinta y siete participantes de la condición belleza respondieron un pequeño cuestionario al final de la tercera y última semana de la intervención. La Tabla 4.20 muestra las respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios, su dificultad, y en qué medida les gustaron. De nuevo, el cumplimiento fue alto en general, especialmente de aquellos ejercicios que les gustaban más. De promedio, los participantes consideraron que los ejercicios eran fáciles, siendo el diario de belleza el ejercicio más fácil, seguido de la planificación y realización de una actividad para apreciar la belleza, de la carpeta de belleza, del foro, de la reflexión global sobre la belleza y del ejercicio de atención a la belleza. Además, a los participantes les gustó hacer los ejercicios, sobre todo la planificación y realización de una actividad para apreciar la belleza, seguido de la carpeta de belleza, del diario, el ejercicio de atención y de la participación en el foro.

*Tabla 4.20. Respuestas de los participantes con respecto al cumplimiento de los ejercicios de la semana 3, su dificultad, y en qué medida les gustaron.*

Ejercicio	Cumplimiento %		Dificultad		Disfrute	
	Sí	No	<i>M</i>	<i>DT</i>	<i>M</i>	<i>DT</i>
Diario	86.5	13.5	3.32	2.00	7.81	1.76
Atención	91.9	8.1	3.95	2.24	7.46	2.14
Carpeta	86.5	13.5	3.59	2.22	8.19	1.88
Foro	86.5	13.5	3.73	2.38	7.38	2.31
Actividad	100	0	3.51	1.87	8.41	1.67
Reflexión	91.9	8.1	3.81	2.55	8.41	1.82

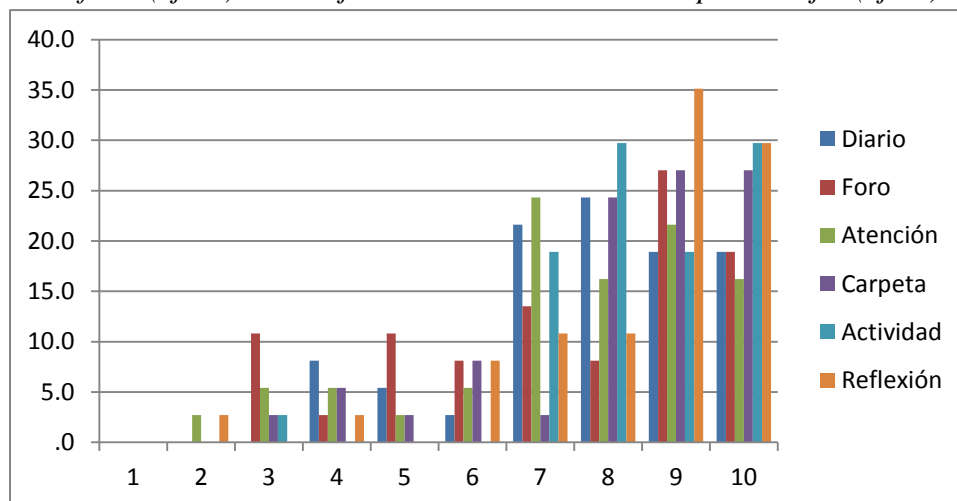
Además, las Figuras 4.17 y 4.18 muestran la distribución de los porcentajes de las respuestas con respecto a la dificultad y al disfrute de los ejercicios, respectivamente.

Figura 4.17. Dificultad (eje X) de los ejercicios de la semana 3 en porcentajes (eje Y).



Nota. Muy fácil = 1, Muy difícil = 10.

Figura 4.18. Disfrute (eje X) de los ejercicios de la semana 3 en porcentajes (eje Y).



Nota. Nada = 1, Mucho = 10.

Se calculó la relación entre el grado de dificultad de los ejercicios, en qué medida les gustó hacerlos y la adhesión a los ejercicios. Se observó que, en general, los participantes prefirieron aquellos ejercicios que eran más fáciles, y que la adhesión fue mayor a los ejercicios que más gustaron. La Tabla 4.21 muestra las correlaciones. Esta información puede ser útil a la hora de seleccionar ejercicios para futuras intervenciones. Por ejemplo, la carpeta de belleza es de los ejercicios que más gustaba, que se consideraba relativamente fácil y con una mayor adherencia, mientras que la participación en el foro parecía gustar menos y tenía menos adherencia. De hecho, de utilizarse este ejercicio en el futuro, lo ideal sería hacerlo voluntario y no obligatorio a raíz de los comentarios de algunos participantes.

Tabla 4.21. Correlaciones entre dificultad, disfrute y adhesión a los ejercicios (N = 42)

	Dificultad	Disfrute
Adhesión	-.273	.320*
Dificultad		-.568**

\* $p < .05$ , \*\* $p < .001$

Por último, cuando se les preguntó a los participantes en el seguimiento si habían continuado haciendo los ejercicios, todos respondieron negativamente. En cuanto a los comentarios sobre los efectos de la intervención y la reflexión global, los participantes dijeron que la intervención les ayudó a aumentar su atención a los objetos y a las personas de su entorno (quizá esto explique el efecto en apreciación de la excelencia moral), a encontrar más belleza en ellos, a valorarlos más, a ampliar la gama de situaciones y objetos en los que perciben la belleza, a ser más conscientes de las emociones que les causa la belleza y a prestar más atención a un estímulo bello cuando éste es percibido. También profundizaron su conocimiento acerca de las cosas que son particularmente bellas para ellos y que les causan bienestar. En general, los participantes notaron un incremento en su bienestar y algunos también una mejor disposición hacia los demás. Emociones como felicidad, alegría, tranquilidad, paz o gratitud fueron experimentadas con frecuencia. Fueron frecuentes los sentimientos de armonía o equilibrio con lo que nos rodea. Algunos participantes dijeron que, tras la intervención, tenían una concepción más positiva de la vida, lo cual les hizo sentirse más esperanzados y afrontar mejor las adversidades. Prácticamente todos los participantes consideraron la belleza una emoción relacionada con la felicidad, la alegría, la paz, la tranquilidad, la admiración, la plenitud y la apreciación. Muchos de ellos la relacionaron con el desarrollo espiritual. También consideraron que la apreciación de la belleza enriquecía su mundo interior y les transformaba de alguna manera. Asimismo, muchos describieron un sentimiento de conexión con el objeto apreciado. Algunas de estas reflexiones, especialmente aquellas que son particularmente interesantes o descriptivas, se incluyen en el Apéndice 2.

## 4.5. Conclusión

Peterson y Seligman (2004) llamaron la atención sobre el hecho de que a pesar de haber instituciones, como por ejemplo los museos, que fomentan la apreciación de la belleza, posiblemente no se consigue desarrollarla porque las actividades que promueven se centran en el objeto pero no en cómo apreciarlo. Por esta razón, estos autores sugirieron como solución la creación de más oportunidades para que la gente se exponga a la belleza pero sin imponer un modelo determinado, simplemente dejando que la experiencia tome su propio curso, ya que las personas pueden apreciar cosas distintas. También según Ferrucci (2008), para apreciar la belleza no hace falta que la gente esté preparada ni que sea culta, lo importante es ser libre en la expresión del propio juicio y desprenderse de los condicionamientos sociales.



Tomando estos argumentos como punto de partida, el enfoque adoptado en esta intervención fue el de tratar de ayudar a las personas a afinar ese sentido innato y a facilitar las condiciones que aumentaran las posibilidades de que se diera esta experiencia sin fijar un canon particular de belleza.

El objetivo principal del estudio fue evaluar si era posible desarrollar la apreciación de la belleza en tres semanas mediante una serie de ejercicios encaminados a (1) aumentar la conciencia sobre la belleza presente en nuestro entorno, (2) incrementar la conciencia sobre cómo ésta afecta a nuestros pensamientos, emociones y conductas, lo que presumiblemente aumentaría el valor que se le da a la belleza, (3) desarrollar un tipo de actitud de atenta contemplación, y (4) fomentar conductas que supusieran una mayor exposición a estímulos bellos. Además, se investigó una posible relación causal entre la apreciación de la belleza y el bienestar, en concreto, la autotrascendencia, la esperanza y los sentimientos subjetivos de bienestar.

En relación al objetivo principal, aunque el resultado no fue estadísticamente significativo, hubo un aumento en el grupo experimental en los niveles de apreciación de la belleza de manera moderada, cambio que no se dio en las condiciones de comparación, y además la condición belleza puntuó más alto que las otras dos condiciones en el post-test y en el seguimiento con tamaños del efecto entre moderados y grandes. No podemos afirmar con un alto grado de confianza que estas diferencias se debieran a la intervención y no al azar. Sin embargo, pueden ser relevantes ya que los efectos observados son de tamaño medio y grande, lo que sugiere que con una muestra más grande posiblemente la interacción hubiese resultado significativa. Además, estas diferencias pueden ser importantes también al tener en cuenta que el desarrollo de la apreciación de la belleza es un área nueva de investigación y el presente estudio es el primero que se realiza de este tipo. Por eso, nos parece que está justificado seguir investigando en esta línea, ya que futuros estudios que cuenten con una muestra mayor y que mejoren el diseño en función de las limitaciones observadas, que comentamos más adelante, podrían obtener mejores resultados en relación a esta variable.

Al tratar de integrar este resultado en la investigación existente, nos topamos con numerosas dificultades. En primer lugar, sólo existe una intervención de apreciación de la belleza, que sepamos, anterior a la nuestra, cuyo diseño es distinto lo cual dificulta la comparación con nuestro estudio. Este estudio es el llevado a cabo por Diessner *et al.* (2006), de 12 semanas de duración, en donde los participantes de la condición de implicación con la belleza mostraron una mayor ganancia en sus puntuaciones en esperanza (con tamaño del efecto medio) y en implicación con la belleza (efecto significativo grande en belleza moral, equivalente a la apreciación de la excelencia moral, y efectos no significativos en la belleza de la naturaleza y del arte) que el grupo de comparación, aunque al no haber habido asignación aleatoria a los grupos no se puede afirmar que la intervención causó esos efectos, y en cualquier caso, a pesar de su mayor duración, los efectos sobre la belleza natural y la artística no fueron significativos. En este sentido, nuestros resultados tampoco fueron significativos, pero sí fueron en la dirección

esperada y mostraron un tamaño del efecto entre moderado y grande, por lo que, en nuestra opinión, representan una mejora.

Por otro lado, al intentar comparar los efectos obtenidos en nuestro estudio con los de otras intervenciones centradas en otras fortalezas distintas de la apreciación de la belleza, tampoco es fácil sacar conclusiones por varias razones. Por un lado, las intervenciones sobre fortalezas no son muchas y la mayoría de los estudios no indican los tamaños del efecto de sus resultados. Además, muchas de estas intervenciones no miden cambios en la fortaleza concreta, sino que miden los efectos de la intervención sobre el bienestar. Por otro lado, cuando sí se han examinado cambios, lo que hemos visto es que se ha evaluado el estado emocional asociado con esa fortaleza en vez de medidas de la fortaleza como rasgo (por ejemplo, intervenciones sobre gratitud han evaluado si se experimentaban más emociones de agradecimiento pero no cambios en gratitud como rasgo, como por ejemplo en Emmons y McCullough, 2003). Por tanto, es muy difícil integrar los resultados obtenidos en el marco de otras investigaciones parecidas realizadas con anterioridad.

Por otro lado, de acuerdo con nuestras predicciones, no resultaron estadísticamente significativos los cambios en las dimensiones de excelencia, pero sí se observó un efecto en la apreciación de la excelencia moral semejante al observado en apreciación de la belleza aunque con un tamaño del efecto más pequeño, posiblemente debido a un efecto de generalización, que no se observó en la excelencia no moral.

En relación a los objetivos específicos del estudio, es decir, los que se establecieron para guiar los pasos que se darían en la intervención para incrementar la apreciación de la belleza, las hipótesis se cumplieron parcialmente. La intervención tuvo un efecto estadísticamente significativo en la conciencia sobre cómo la belleza nos influye, y cerca de la significación en conciencia de la presencia de belleza y en actitud estética. En general, a excepción de las conductas de exposición a la belleza, los resultados fueron en la línea esperada, de manera que la condición belleza puntuó más alto en estas variables en el post-test que en el pre-test y más alto que las otras dos condiciones después de la intervención, y algunas de estas diferencias se mantuvieron o siguieron creciendo en el seguimiento. Los tamaños del efecto observados fueron entre moderados y grandes.

Con respecto a la conciencia sobre cómo la belleza influye en nuestras emociones, pensamientos, motivaciones y conductas, objetivo sobre el que se empezó a trabajar desde el comienzo de la intervención, el aumento del pre-test al post-test en la condición belleza tuvo un tamaño del efecto grande, y este efecto se mantuvo en el seguimiento aunque descendió un poco, de manera que la diferencia con el pre-test tuvo un tamaño del efecto moderado. Asimismo, esta condición puntuó más alto en el post-test que las condiciones listas de espera (tamaño del efecto moderado) y placebo (efecto grande), y la diferencia con esta última se mantuvo en el seguimiento (efecto entre pequeño y moderado).

En conciencia sobre la belleza que nos rodea, el efecto fue cercano a la significación estadística, de manera que el grupo belleza aumentó su puntuación moderadamente al terminar la intervención mientras que los otros dos grupos la disminuyeron, de manera que la condición

belleza puntuó más alto que las otras dos en el post-test. Aunque parece que se produjo un aumento en conciencia sobre la belleza nada más terminar la intervención, este posible efecto desapareció en el seguimiento. De hecho, las tres condiciones puntuaron más bajo, aunque no significativamente, en el seguimiento que al comienzo de la intervención, lo cual contradice nuestras expectativas, y una posible explicación sería la manera en la que se ha evaluado esta variable. Es posible que movidos por la ilusión y la motivación inicial de participar en la intervención, los participantes emplearán más tiempo y se esforzaran más en responder a la pregunta que servía para evaluar esta variable, que consistía en hacer una lista de todas las cosas bellas percibidas recientemente. El empeño puesto en responder a las preguntas seguramente fue disminuyendo a lo largo de la intervención.

En relación a la actitud estética, objetivo que se comenzó a trabajar en la segunda semana de la intervención, aunque el efecto de la interacción no fue significativo, éste estuvo próximo a serlo y de hecho se observaron unos efectos entre moderados y grandes que indicaron que los resultados iban en la dirección esperada, con la condición belleza puntuando más alto en actitud estética en el seguimiento que en el pre-test y que las condiciones placebo, tanto en el post-test como en el seguimiento, y lista de espera, en el seguimiento. Resulta interesante observar que fue aumentando paulatinamente desde el comienzo hasta el seguimiento un mes después de la intervención sólo en el grupo belleza. Este resultado parece tener bastante sentido ya que, probablemente, para modificar una actitud se necesite más tiempo y los cambios quizá sean más evidentes a más largo plazo. Es como si el entrenamiento hubiera plantado una semilla y ésta hubiera empezado a dar su fruto pasado el tiempo. En este sentido, hubiera sido muy deseable contar con más medidas de seguimiento para poder comprobar esta posibilidad, pero de momento esto es algo que tendrá que evaluarse en el futuro.

Con respecto a las conductas de exposición a la belleza que podrían favorecer la apreciación de la misma, objetivo que únicamente se trabajó en la última semana de la intervención, no se observó ningún efecto significativo aunque la condición belleza parece puntuar más alto que el placebo tras la intervención, diferencia con un tamaño del efecto grande, aunque no tanto por el incremento de esta variable en el grupo belleza sino por el descenso observado en el placebo. Quizá una semana haya sido poco tiempo para introducir nuevos comportamientos en el repertorio de los participantes. Además, para realizar determinadas actividades no basta sólo con querer hacerlas sino que se tiene que contar también con tiempo para hacerlas, recurso cada vez más escaso en nuestros días y necesario para la apreciación de la belleza, y hay que encajarlas en la rutina de uno, lo cual es más difícil de conseguir. Por otro lado, en contra de lo esperado, se observa una tendencia general de las condiciones a disminuir su puntuación en esta variable del pre-test al seguimiento, siendo la única excepción la condición belleza, que se mantiene estable del pre-test al post-test. Una posible explicación podría ser la manera en que se ha evaluado esta variable que consistió en hacer una lista de este tipo de conductas llevadas a cabo recientemente, y que podría haberse visto influida por el descenso de motivación de los participantes en relación a su participación en la intervención. En este sentido, quizá hubiera sido deseable evaluar esta variable de otra manera.

Por tanto, aunque no se cumplieron todos los objetivos específicos ya que no todos los resultados fueron estadísticamente significativos, en general los datos observados iban en la línea de nuestras predicciones y los efectos fueron moderados o grandes, con excepción de las conductas dirigidas a aumentar la exposición a la belleza, cuya puntuación no aumentó.

En relación con los efectos de la intervención sobre variables relacionadas con el bienestar, ésta no tuvo un efecto estadísticamente significativo en autotrascendencia ni en esperanza, aunque los resultados iban en la dirección esperada, pero sí lo tuvo sobre los sentimientos subjetivos de bienestar.

En relación a la autotrascendencia, parece que la condición belleza experimentó un incremento de pequeño a moderado del pre-test al seguimiento. De hecho, la condición de belleza pareció puntuar más alto que las dos condiciones de comparación tanto en el post-test como en el seguimiento con tamaños del efecto moderado. De manera similar al caso de la actitud estética, quizá la intervención haya tenido un efecto en autotrascendencia que sería más visible a largo plazo, lo que en realidad es coherente con el hecho de que la autotrascendencia es una característica bastante estable y, por tanto, para obtener resultados visibles posiblemente sea necesaria una intervención más larga y con evaluaciones de seguimiento a más largo plazo. En este sentido, el efecto moderado observado en la condición belleza no es irrelevante.

Por otro lado, aunque tampoco se observaron efectos significativos en la esperanza, parece que las tres condiciones, especialmente belleza y placebo, aumentaron sus niveles del pre-test al post-test, quizá por las expectativas que generó la participación en una intervención de psicología positiva. También es posible que la intervención placebo, al centrarse en aspectos positivos de las relaciones con otras personas, aumentara la esperanza. Este efecto fue un poco más fuerte en la condición de belleza, que de hecho puntuó moderadamente más alto que la condición lista de espera en el post-test, lo que podría sugerir que al menos parte del incremento se debió a la intervención de belleza. No obstante, ya que tanto el grupo experimental como el placebo aumentaron su puntuación y no hay diferencia entre ellos, no se puede asegurar que este aumento se deba a la intervención de apreciación de la belleza.

Por último, sí fue estadísticamente significativo el efecto de la intervención sobre los sentimientos subjetivos de bienestar, de manera que hubo un incremento significativo únicamente en la condición belleza del pre-test al post-test (tamaño del efecto moderado), que además puntuó más alto que las dos condiciones de comparación en el post-test (tamaño del efecto grande), aunque este efecto no se mantuvo en el seguimiento un mes después.

Al comparar los efectos sobre el bienestar subjetivo observados en nuestro estudio con los encontrados en otros estudios sobre intervenciones positivas, si utilizamos como referencia el meta-análisis realizado por Sin, Lyubomirsky y Rashid (2009), que incluye estudios cuasiexperimentales e investigaciones sobre *mindfulness* y revisión de vida, encontramos que los efectos observados en nuestro estudio son aproximadamente similares al efecto medio indicado por estos autores ( $d = .61$ ). Sin embargo, si tomamos como referencia el meta-análisis realizado por Bolier *et al.* (2013), que sólo incluye estudios adecuadamente controlados y excluye las

investigaciones sobre *mindfulness* y revisión de vida, entonces los efectos observados en nuestro estudio son muy superiores al efecto medio indicado en este meta-análisis ( $d = .34$ ).

Con respecto al efecto a corto plazo observado, éste es similar a los resultados de otras intervenciones positivas de duración similar (p.ej., Martínez-Martí *et al.*, 2010) y sugiere que para obtener efectos a largo plazo posiblemente sean necesarias intervenciones más largas en donde se puede llegar a generar un hábito, tal y como ya han apuntado otros autores (Sin *et al.*, 2009). De hecho, en el estudio de Seligman *et al.* (2005) sobre intervenciones positivas de una semana de duración en el que se encontraron efectos a largo plazo sobre felicidad y depresión, estos efectos estaban mediados por el hecho de que los participantes habían seguido haciendo los ejercicios una vez la intervención se había terminado.

Aunque esta mejora en los sentimientos subjetivos de bienestar parece ser que se produjo tanto por un incremento de los sentimientos positivos (aunque éste no fue significativo, se dio un efecto entre pequeño y moderado) como por un descenso de los negativos, el factor más importante fue este último. Sólo la condición belleza disminuyó significativamente sus sentimientos negativos del pre-test al post-test (tamaño del efecto entre mediano y grande) y puntuó más bajo en el post-test que las otras dos condiciones (tamaño del efecto grande).

En suma, el entrenamiento produjo una mejora significativa en la conciencia sobre cómo la belleza influye en nuestras emociones, pensamientos y conductas y en los sentimientos de bienestar subjetivos de los participantes. Además, se observaron efectos moderados y grandes en la línea esperada, que aunque no son significativos sí podrían ser relevantes, en apreciación de la belleza, conciencia de la belleza en el mundo, actitud estética, esperanza y auto-trascendencia. Por tanto, la apreciación de la belleza no sólo tiene interés en sí misma como fortaleza del carácter, sino que además tiene repercusiones positivas sobre el bienestar. La Tabla 4.22 resume las hipótesis de este estudio así como el grado en que éstas se han cumplido.

*Tabla 4.22. Hipótesis acerca de la intervención en apreciación de la belleza.*

	Variable	Cambio pre-post	B vs. P	B vs. E
Objetivo principal	Apreciación belleza	2	2	2
	Apreciación excelencia moral	1	1	1
	Apreciación excelencia no moral	3	3	3
Objetivos específicos	Conciencia belleza en el mundo	2	2	2
	Conciencia influencia de la belleza	3	3	3
	Actitud estética	2	2	2
	Conductas exposición a la belleza	0	2	0
Resultados generales	Sentimientos subjetivos bienestar	3	3	3
	Esperanza	2	0	2
	Autotrascendencia	2	2	2

*Nota. 3 = la hipótesis se ha cumplido; 2 = el resultado no es estadísticamente significativo pero hubo un efecto coherente con la hipótesis; 1 = el resultado no es estadísticamente significativo, lo que concuerda con la hipótesis, pero hubo un efecto contrario a la hipótesis; 0 = la hipótesis no se ha cumplido. B vs. P = la diferencia entre las condiciones belleza y placebo en algún momento después de la intervención es coherente con las hipótesis. B vs. E = la diferencia entre las condiciones belleza y lista de espera en algún momento después de la intervención es coherente con las hipótesis.*

Este estudio presentó una serie de limitaciones. La intervención fue bastante breve, lo cual suponía algunas ventajas como prevenir cansancio y que la gente abandonara, pero es posible que para modificar la apreciación de la belleza de manera significativa se requieran períodos de tiempo más prolongados. Aun así, sí fue suficiente para modificar de manera significativa los sentimientos subjetivos de bienestar. Por otro lado, es posible que la intervención fuese bastante intensiva, lo que pudo ocasionar que algunos participantes la percibieran como excesivamente exigente, en tanto que requería más tiempo del que estaban dispuestos a invertir, lo cual pudo tener un efecto negativo no deseado como, por ejemplo, que abandonaran el estudio o que algunos ejercicios se les hicieran pesados y afectaran negativamente a su bienestar. Futuros estudios deberían tratar de hacer un diseño menos intensivo y espaciar más las tareas.

Otra limitación es que, a pesar de las ventajas que el formato online tiene, es posible que este tipo de intervenciones produzcan un efecto menor que cuando se tiene una relación cara a cara con el psicólogo, por lo que es posible que un entrenamiento presencial, individualizado y que incluyera la realización de los ejercicios en determinados entornos elegidos por su belleza, unas veces naturales, otros urbanos o artísticos, produjera efectos más potentes.

En relación a las medidas empleadas en el estudio, por un lado, las propiedades psicométricas de algunas de las medidas de los objetivos específicos no habían sido estudiadas anteriormente. Por otro, las medidas utilizadas para evaluar tanto la autotrascendencia como la apreciación de la belleza miden rasgos y no sabemos cómo hubieran sido los resultados si las

medidas hubieran sido de estado. Aunque no conocemos escalas de estado de autotrascendencia y apreciación de la belleza, quizá se podrían adaptar las que existen de rasgo de manera que futuros estudios sean más capaces de detectar cambios como fruto de las intervenciones evaluadas.

El tamaño de la muestra fue más pequeño de lo que probablemente se hubiera necesitado para que los efectos observados hubiesen resultado estadísticamente significativos. Lo ideal sería que futuras intervenciones contaran con una muestra más numerosa que asegure una mayor potencia, pero el problema está en cómo conseguir participantes y en cómo lograr que no abandonen. En nuestro estudio queríamos que los participantes fueran personas de la población general que desearan hacer el estudio de manera voluntaria, ya que probablemente las personas que en el futuro puedan aprovechar este tipo de intervenciones serán precisamente de este tipo. Pero para captar más participantes y compensar su participación, debíamos dar algo a cambio. En este estudio ofrecimos un curso sobre técnicas para mejorar el bienestar que la doctoranda llevó a cabo, y que se difundió a través de la misma plataforma online en la que se hizo la intervención mediante un vídeo con explicaciones y diapositivas. Creemos que este tipo de refuerzo fue una buena idea porque a casi todo el mundo le puede interesar mucho cómo mejorar su propio bienestar. No obstante, sería necesario prestar más atención a qué factores específicos hacen que las personas se adhieran a una intervención.

En relación a la adherencia a la intervención, un problema fue la tasa de abandono, del 23.5%. El abandono del estudio por parte de algunos participantes es un problema bastante común, tal y como puede observarse en el meta-análisis de Bolier *et al.* (2013), en donde se indican tasas de abandono de hasta el 75%, como en el estudio de Shapira y Mongrain (2010). Sobre las personas que no terminaron la intervención, no hubo diferencias entre los grupos belleza y placebo, aunque en ambas condiciones la proporción de personas que abandonaron fue mayor que en la condición lista de espera, lo cual es lógico porque en esta última los participantes no tenían que hacer ninguna tarea salvo contestar unas preguntas de manera puntual, lo cual suponía menos esfuerzo que la participación en las condiciones belleza y placebo. Por otro lado, aunque la proporción de participantes que abandonaron en la condición belleza no fue significativamente distinta de la del grupo placebo, ésta fue un poco mayor, posiblemente porque, por un lado, tenían que hacer más tareas y, por otro, porque quizá el tema de la belleza les pudo parecer extraño a algunas personas. De hecho, hubo participantes que comentaron que les sorprendió mucho el tema al principio, mientras que centrarse en las relaciones con los demás parece un ejercicio mucho más común y que a priori puede encajar mejor con todo tipo de personas. Quizá el hecho de que los que se quedaron en la intervención de belleza puntuaran ligeramente más alto en autotrascendencia que los que abandonaron indique precisamente que los que se quedaron son los que veían más sentido a la intervención porque era acorde con sus valores y tendencias, ya que como hemos visto la autotrascendencia y la apreciación de la belleza están muy relacionadas.

En este sentido, para conseguir que las intervenciones sean lo más eficaces posible, es necesario averiguar qué factores influyen en la adherencia a las mismas. Por ejemplo, se ha

observado una fuerte relación entre preferencia por un ejercicio y la adherencia al mismo (Schueller, 2010). Por esta razón, en la presente tesis, en la que se presentaron distintos ejercicios, evaluamos la relación entre el grado de dificultad de cada ejercicio, en qué medida gustó hacerlo y la adhesión al mismo, y observamos que, en general, gustaron más los ejercicios que eran más fáciles y la adhesión fue mayor a los ejercicios que más gustaron. Esta información es útil para diseñar futuras intervenciones en apreciación de la belleza, de manera que se pueden seleccionar aquellos ejercicios que mostraron una mayor adherencia, lo que seguramente repercutirá en su eficacia.

En este estudio no se han evaluado los mecanismos específicos que han producido los efectos de la intervención, cuestión que deberá estudiarse en el futuro. Dada la complejidad del constructo de ABE, nos pareció que la mejor manera de desarrollar dicha fortaleza sería mediante distintos ejercicios encaminados a conseguir unos objetivos específicos que, siguiendo una progresión temporal, favorecerían su desarrollo. Sin embargo, este tipo de diseño impide que podamos evaluar los mecanismos concretos por los que cada ejercicio ha podido contribuir a los efectos de la intervención. En este sentido, será necesario llevar a cabo estudios que evalúen cada uno de los ejercicios y sus posibles mecanismos de acción por separado para favorecer el control experimental.

Por último, otra limitación es el grado de representación de la población de la muestra y la capacidad de nuestro estudio para generalizar los resultados. Al hacer la investigación online hemos conseguido facilitar el acceso a la intervención y hemos conseguido muestras más representativas que las muestras formadas exclusivamente por estudiantes universitarios, tan frecuentes en la investigación en psicología, contando incluso con participantes de Latinoamérica. No obstante, no podemos generalizar nuestros resultados a toda la población y, por tanto, en el futuro se deberán hacer más estudios sobre la ABE con muestras más grandes y más heterogéneas, en definitiva, más representativas de la población.

Con respecto a los puntos fuertes, este estudio representa la segunda intervención existente, que sepamos, sobre apreciación de la belleza, y la primera con asignación aleatoria, lo que permite hacer inferencias sobre causalidad, de manera que nuestros resultados ofrecen por primera vez evidencia sobre la posible relación causal entre apreciación de la belleza y bienestar, aunque puesto que no se ha tenido un control experimental sobre muchas variables podrían haber otras explicaciones que sean compatibles con nuestros resultados. Otro aspecto positivo es la inclusión de dos grupos de comparación, uno placebo y otro lista de espera que permiten entender mejor los efectos de la intervención. Asimismo, el formato online empleado, a pesar de sus desventajas, es un formato de intervención novedoso que puede facilitar la realización de la intervención a gran escala y, de hecho, permitió la participación de muchas personas con las que de otra manera hubiera sido imposible contar. Además, el hecho de que las sesiones estén grabadas en vídeo y de que la intervención esté disponible en una plataforma online, a pesar del trabajo que supone diseñarlo y hacerlo la primera vez, facilita la replicación del estudio y asegura que todo el procedimiento se pueda repetir exactamente de la misma manera y con mucho menos esfuerzo. En definitiva, con sus aspectos novedosos, sus puntos fuertes y sus limitaciones, este



estudio representa la primera intervención en apreciación de la belleza controlada mediante asignación aleatoria y ofrece una base sobre la que seguir investigando y mejorando futuras intervenciones orientadas a desarrollar esta fortaleza y a aumentar el bienestar de las personas.

## Capítulo 5. Conclusiones

“Es lo bello alegría para siempre.”

John Keats

La belleza y la excelencia han sido tema de reflexión desde la Antigüedad, pero la capacidad de las personas para apreciarlas ha comenzado a considerarse un objeto de estudio por parte de la psicología sólo muy recientemente. Con el surgimiento de la psicología positiva, en concreto la línea de investigación de las virtudes y fortalezas del carácter, la apreciación de la belleza y la excelencia se estableció como una de las veinticuatro fortalezas propuestas por Peterson y Seligman (2004), perteneciente a la virtud de trascendencia, pues permite a los individuos conectar con entidades superiores a uno mismo y proporcionar un sentido a la vida. Los autores definieron esta fortaleza como la capacidad para percibir y apreciar la belleza y la excelencia en los mundos físico y social, lo que implica experimentar emociones autotrascendentes cuando éstas son percibidas. Asimismo, al hablar de belleza y excelencia, diferenciaron tres tipos de objetos: (1) la belleza del entorno físico, incluyendo la música, (2) las virtudes y bondad de otras personas, y (3) las habilidades y talentos de los demás.

Sin embargo, desde que Peterson y Seligman (2004) propusieron su clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter, apenas ha habido investigación en la ABE, mientras que otras fortalezas, como por ejemplo la gratitud o la esperanza, han recibido mucha más atención. Una de las posibles razones de este vacío es el carácter subjetivo de la belleza, lo que puede haber generado la idea de que la apreciación de la misma no se puede estudiar utilizando el método científico de la psicología. Sin embargo, nuestra opinión es que si atendemos a las características de la experiencia de la persona que aprecia la belleza y la excelencia, y no tanto a las de los objetos de apreciación, entonces sí sería posible estudiar esta fortaleza, aunque la tarea no sea fácil.

Tomando como guía la propuesta teórica de Peterson y Seligman (2004), se decidió llevar a cabo el presente trabajo sobre la apreciación de la belleza y la excelencia, con ánimo de suplir esta ausencia de evidencia empírica y avanzar el estado del arte en esta fortaleza, proporcionando de esta manera una base sobre la que otros investigadores pudieran expandir el estudio de la ABE. Los principales interrogantes a los que se ha tratado de dar respuesta en el presente trabajo son los siguientes:

- ¿Tiene sentido considerar las tres dimensiones propuestas de apreciación de la belleza, de la excelencia moral y de la excelencia no moral como parte de un mismo constructo? Es decir, ¿tiene sentido, desde un punto de vista teórico, agruparlas como parte de un mismo constructo? ¿Está esta idea apoyada empíricamente?
- ¿Cómo son las personas altas en ABE? En concreto, ¿qué relación mantiene esta fortaleza con el género, la edad y el nivel cultural de las personas? ¿Cómo encaja la ABE dentro del esquema de los cinco factores de la personalidad?

- Las personas que aprecian la belleza y la excelencia, ¿tienden a tener una orientación empática y positiva hacia los demás?
- ¿Disfrutan las personas altas en ABE de un mayor bienestar? Si es así, ¿es la ABE causa de ese bienestar?
- ¿Puede una persona mejorar su capacidad de apreciación de la belleza como consecuencia de un entrenamiento? Entonces, ¿es posible desarrollar esta fortaleza?

A riesgo de simplificar lo que en realidad es complejo, podríamos concluir que:

1. Cuando se pide a las personas que describan experiencias de belleza y excelencia, suelen centrarse en la primera, especialmente en estímulos relacionados con la naturaleza. Durante la experiencia de ABE predominan en ellos pensamientos positivos sobre el mundo y otras personas. Las emociones experimentadas son con frecuencia de asombro y admiración. Estas reacciones producen en las personas manifestaciones de conducta relacionadas con la ampliación del conocimiento sobre el estímulo, un acercamiento a él y la motivación a imitar la conducta apreciada.

2. Nuestra pregunta de si tenía sentido considerar las tres dimensiones propuestas (belleza, excelencia moral y excelencia no moral) como parte de un mismo constructo fue respondida tras la realización de los estudios descritos en el Capítulo 3. Los ítems que seleccionamos a partir de la revisión teórica, los datos de otros estudios y las respuestas de los sujetos que acabamos de comentar, se agruparon en tres factores fácilmente interpretables como las tres dimensiones propuestas, las cuales correlacionaron significativamente y en gran medida entre sí. La consistencia interna de dichos factores y del conjunto de los ítems seleccionados fueron buenas. Además, los tres factores correlacionaron, en general, de la manera esperada con las variables de la red nomológica, lo que indica que los ítems que hemos desarrollado evalúan adecuadamente la concepción de la ABE adoptada en esta tesis. El modelo de tres dimensiones obtenido demostró un buen ajuste a los datos, superior al de un modelo unidimensional y varios modelos de dos dimensiones.

3. A partir de la evaluación de la red nomológica de la ABE, también pudimos ofrecer datos en relación a otro de los interrogantes de esta tesis, es decir, cómo son las personas altas en ABE, en concreto, qué relación mantiene la ABE con el género, la edad y el nivel cultural de las personas, y cómo encaja dentro del esquema de los cinco factores de la personalidad. Nuestros resultados indicaron que sólo la tendencia a apreciar la belleza parece aumentar ligeramente a medida que envejecemos y a medida que aumenta el nivel de educación, y las mujeres tienden a apreciar la excelencia moral levemente más que los hombres. En relación con los cinco grandes factores de la personalidad, las personas altas en ABE tienden a ser más abiertas a la experiencia, amables, extrovertidas, responsables y menos neuróticas, siendo la apertura a la experiencia el factor que está más fuertemente relacionado con la ABE, aunque la apreciación de la excelencia moral se

relaciona en igual medida con el factor de amabilidad. Los cinco factores de la personalidad explicaron el 23.1% de la varianza en apreciación de la belleza, el 13.1% en apreciación de la excelencia moral y el 13.5% en apreciación de la excelencia no moral. En las tres dimensiones de ABE, apertura a la experiencia fue el predictor más fuerte, especialmente en el caso de la belleza. El hecho de que los cinco factores de la personalidad expliquen una pequeña proporción de la varianza de las tres dimensiones de la ABE indica que la disposición hacia la ABE es un constructo único y no se puede reducir exclusivamente a una combinación de los cinco factores de la personalidad, es decir, las tres dimensiones de la ABE no son meramente una reformulación de aspectos ya contenidos en los cinco factores de la personalidad, sino que es un constructo distinto, aunque la medida de apertura a la experiencia se perfila como una característica de la personalidad que facilita y predice la ABE, especialmente la dimensión de belleza.

4. Con respecto a si las personas que aprecian la belleza y la excelencia suelen tener una orientación positiva hacia los demás, nuestros resultados han mostrado que la ABE mantiene, en general, relaciones moderadas, o altas en algunos casos en el caso de la dimensión de excelencia moral, con la mayoría de las medidas de prosocialidad evaluadas, aportando evidencia a favor de que las personas altas en ABE tienden a comportarse de manera altruista, son empáticas, se preocupan por las personas, las ven con buenos ojos y confían en ellas. Asimismo, las personas que puntúan más alto específicamente en apreciación de la belleza tienden a ser ligeramente menos materialistas.

5. En cuanto a la relación de la ABE con bienestar, observamos que ésta mantiene en general relaciones positivas, entre pequeñas y moderadas, con distintos indicadores de bienestar hedónico y eudaimónico, y grande con autotrascendencia. En concreto, las personas que puntúan alto en ABE tienden a estar más satisfechas con la vida, experimentan más emociones positivas, son más vitales, sienten que están en continuo crecimiento personal, tienen un sentido o propósito en la vida más alto y experimentan más esperanza. La relación entre la ABE y la autotrascendencia es especialmente fuerte, y por tanto las personas altas en ABE tienden a quedarse absortos y a perder la conciencia del paso del tiempo y de sí mismos, se sienten estrechamente unidos a la naturaleza y el universo como un todo, y tienen la sensación de que todo es parte de un organismo vivo. Además, se sienten vitalizados y confortados por experiencias espirituales con frecuencia.

6. Acerca de la importante pregunta de si la ABE es una cualidad fija en la persona o por el contrario se puede desarrollar a través de procedimientos específicos, podemos decir que al terminar la intervención, las personas que habían participado en ella indicaron que eran más conscientes de los objetos y personas de su entorno, encontraban más belleza en los mismos, los valoraban más, percibían la belleza en más situaciones y objetos, eran más conscientes de las emociones que les producía la belleza, prestaban más atención a un estímulo bello cuando éste

era percibido, y tenían más conciencia de las cosas que les resultaban especialmente bellas y que les generaban bienestar. Según los datos cuantitativos, aunque el efecto de la intervención sobre los niveles de apreciación de la belleza no fue estadísticamente significativo, se observó un incremento moderado en la condición experimental tras la intervención, que no se dio en las otras dos condiciones de comparación, y además el grupo de belleza puntuó más alto que los otros dos grupos en el post-test y en el seguimiento con tamaños del efecto entre moderados y grandes. Además, la intervención logró producir un efecto estadísticamente significativo en la conciencia sobre cómo la belleza nos influye, y cerca de la significación en conciencia de la presencia de belleza y en actitud estética, con tamaños del efecto entre moderados y grandes. La condición experimental puntuó más alto en estas variables en el post-test que en el pre-test y más alto que las otras dos condiciones después de la intervención, y algunos de estos cambios se mantuvieron o siguieron creciendo en el seguimiento.

Por tanto, aunque en el caso de los resultados no significativos no podemos decir con un alto grado de confianza que el incremento se debió a la intervención, teniendo en cuenta el resultado significativo de conciencia sobre la influencia de la belleza, que las demás variables relacionadas con la apreciación de la belleza iban en la dirección esperada, que los tamaños del efecto fueron entre moderados y grandes, y los comentarios de los participantes sobre los efectos de la intervención, nos parece que los resultados son relevantes y apuntan a la posibilidad de que quizá sí sea posible desarrollar la apreciación de la belleza, aunque posiblemente sean necesarias intervenciones más largas y estudios que cuenten con muestras más amplias para obtener resultados significativos.

7. Es importante que el grupo que hizo el entrenamiento en apreciación de la belleza incrementó significativamente sus sentimientos subjetivos de bienestar al terminar el entrenamiento, puntuando más alto que los otros dos grupos. Este resultado ofrece, por primera vez, evidencia a favor de una relación causal entre la ABE y el bienestar. Esta mejora en el bienestar se debió en parte a un ligero incremento de los sentimientos positivos y a un descenso entre moderado y grande de los sentimientos negativos. Los comentarios de los participantes al evaluar los efectos de la intervención también apoyaron este resultado, ya que notaron un incremento de su bienestar, e indicaron haber experimentado con frecuencia emociones como felicidad, alegría, tranquilidad, paz o gratitud.

### *Líneas de investigación futura*

A partir de la evidencia inicial ofrecida en esta tesis, algunas propuestas de investigación futura se refieren a:

1. *Estructura tridimensional de ABE.* En relación a la escala y al modelo dimensional presentado en este trabajo, sería oportuno examinar si esta estructura es invariable en otras muestras

distintas y si además es constante en distintos grupos, como por ejemplo en hombres y en mujeres, en grupos de distinta edad, etc.

*2. Relaciones detalladas de la ABE con otros constructos.* En cuanto a las relaciones que la ABE mantiene con otros constructos, en esta tesis hemos examinado las relaciones de las tres dimensiones propuestas de apreciación de la belleza, excelencia moral y no moral. Un siguiente paso podría ser ir desgranando las relaciones que distintos tipos de belleza, diversas manifestaciones de excelencia moral y no moral presentan con distintas variables. Por ejemplo, uno de los aspectos que se podrían estudiar son las diferencias entre la apreciación de la belleza y de lo sublime, así como entre las distintas fortalezas o talentos y habilidades, tomando como base las distinciones realizadas por Kant (1764/2008).

*3. Relación de la ABE con bienestar.* A partir del trabajo realizado en esta tesis, proponemos una visión de cómo la ABE podría contribuir al bienestar, que tendrá que ser examinada en el futuro. Creemos que la ABE podría favorecer de manera equilibrada el bienestar sostenible (Kjell, 2011), teniendo en cuenta tres niveles: (a) el bienestar del individuo que experimenta la ABE, (b) el bienestar de los individuos que rodean a la persona que experimenta la ABE, y (c) el bienestar de la naturaleza.

Con respecto al individuo que experimenta la ABE, ésta podría contribuir de manera directa y de diversas formas a su bienestar. Tomando como marco la teoría de *Flourishing* de Seligman (2011), la ABE podría relacionarse con los cinco componentes del bienestar propuestos: emociones positivas, relaciones positivas, sentido, implicación (*engagement*) y logro. Se podría examinar si la ABE causa cada uno de estos componentes y sobre cuál tiene una mayor influencia.

Por un lado, la ABE implica la experiencia de emociones positivas como la gratitud, la paz interior, el sobrecogimiento, la elevación o la admiración, y está asociada con el afecto positivo en general. En conjunto estas emociones parecen favorecer el procesamiento de la información, los vínculos con las personas y el entorno que nos rodea, y motivan conductas de cuidado, el deseo de ser mejor persona, el desarrollo de las propias habilidades y el deseo de alcanzar el éxito, por lo que es posible que la ABE ayude a construir recursos intelectuales, psicológicos, sociales y espirituales. Además, como es sabido, las emociones positivas presentan una serie de beneficios cognitivos, interpersonales, físicos y emocionales (Vázquez, 2009), que a su vez repercuten en un mayor bienestar. Por otro lado, la ABE también puede contribuir a la formación y mantenimiento de relaciones positivas, ya que las personas altas en esta fortaleza tienden a establecer lazos con las personas que aprecian, presentan en general una tendencia a ver a los seres humanos como buenos y capaces, dignos de confianza, y son más altruistas.

Con respecto al sentido, como apuntaba Frankl (1964), al apreciar los valores de la belleza, la bondad y la excelencia parece como si la vida se justificara y cobrara un sentido. Además, si la ABE, como fortaleza de trascendencia, favorece el establecimiento de lazos con entidades más amplias que uno mismo, de esta manera podría ayudar a cubrir la necesidad de los

seres humanos de trascender su finitud y sentir que forman parte de una realidad más grande que no es efímera.

En relación al componente de implicación (*engagement*), que Seligman (2011) identifica con estados de absorción intensos, éste podría estar relacionado con la ABE, pues durante estas experiencias la persona se siente como transportada a otro mundo, pierde la noción del tiempo y se olvida de sí misma. Asimismo, en su modelo de felicidad auténtica, Seligman (2003) también relaciona el *engagement* con el desarrollo de las propias fortalezas. También en este sentido, la ABE contribuiría a este componente del bienestar, ya que la apreciación de la excelencia moral parece despertar deseos de imitar a la persona virtuosa, por lo que podría ser un mecanismo motivador fundamental en la puesta en marcha de las propias fortalezas. Por último, dada la motivación a desarrollar la excelencia y alcanzar el éxito asociada especialmente con la apreciación de la excelencia no moral, la ABE podría contribuir también al logro, el otro componente del bienestar según el modelo de Seligman (2011).

Por otro lado, más allá del bienestar del individuo que experimenta la ABE, esta fortaleza también podría contribuir al bienestar de los demás seres humanos y la naturaleza a través de las actitudes y comportamientos prosociales y, posiblemente, proambientales de la persona alta en ABE. La apreciación de las características positivas del entorno físico y social que nos rodea parece favorecer unos vínculos afectivos con dicho entorno que, en última instancia, motivarían conductas éticas de protección y cuidado hacia el mismo, lo que favorecería el bienestar de los distintos sistemas del mundo.

Además, la ABE podría favorecer una felicidad más constante y duradera, en contraposición a una felicidad fluctuante, ya que la estabilidad de la felicidad parece estar relacionada con una percepción del yo flexible conectada fuertemente con el entorno, incluyendo a los demás (Dadbrum *et al.*, 2012), lo que parece acontecer en la ABE.

Finalmente, si al apreciar la belleza del mundo y la excelencia de los demás, las personas se sienten impulsadas a imitarlos y a generar más belleza y a alcanzar la excelencia, y esa nueva belleza y excelencia generadas son apreciadas a su vez por otras personas, podría crearse una espiral de ABE que crea más y más belleza y excelencia en el mundo, lo que además tendría como consecuencia un mayor bienestar. Quizá ése es el significado de la frase profética de Dostoievski: “la belleza salvará el mundo”.

Sería deseable investigar los mecanismos mediadores específicos por los que la ABE puede contribuir al bienestar. Algunos de las posibles vías podrían ser, por ejemplo, la fascinación, la absorción, la desconexión de los deseos y preocupaciones cotidianas, el sentido, la percepción de los estímulos como sagrados, la adquisición de un tipo de conocimiento de la esencia de la vida, el sentimiento de conexión con una identidad más amplia que uno mismo, o la percepción de armonía en el estímulo exterior que se transmite a la experiencia subjetiva interior. En relación con esta resonancia entre el exterior y el interior del individuo, sería interesante evaluar el papel de las neuronas espejo en aspectos como la identificación o correspondencia entre las características armónicas de los estímulos bellos y la sensación de armonía que experimenta la persona, la identificación con la persona excelente apreciada y ese sentimiento de

elevación, de sentir la dignidad de la persona virtuosa como si fuera nuestra, o la motivación a imitar las conductas de las personas excelentes.

Muchos de estos posibles mecanismos que podrían estar mediando los efectos de la ABE sobre el bienestar (p.ej., su capacidad para fascinar y producir absorción), parecen mediar también los efectos de la naturaleza sobre el bienestar. Sería interesante examinar si los efectos atribuidos a la naturaleza (p.ej., reducción de estrés y restauración de la atención) están mediados por su belleza.

*4. Posibles efectos negativos.* En esta tesis nos hemos centrado fundamentalmente en las relaciones de la ABE con personalidad, prosocialidad y bienestar, pero investigaciones futuras deberían preguntarse si esta fortaleza tiene algún efecto negativo. Por ejemplo, ¿es siempre mejor tener una alta ABE? Como vimos, parece ser que las personas altas en ABE son más sensibles a su ausencia o a una transgresión de la misma, lo que podría generar un malestar profundo en muchas situaciones. Las consecuencias de estas emociones negativas pueden ser importantes. Si éstas motivan conductas de protección de lo que es bello o excelente, entonces tendrían una función moral y servirían para asegurar un funcionamiento adecuado de los sistemas del mundo. Pero si este malestar es excesivo podría convertirse en desadaptativo y tener consecuencias negativas como depresión y estrés.

Por otro lado, nos preguntamos si la ABE es siempre beneficiosa en cualquier contexto. Schwartz y Sharpe (2006) sugieren que no siempre más cantidad de una fortaleza va a ser mejor, sino que dependerá del contexto. Por ejemplo, en una situación que demande resolver un problema de manera analítica con rapidez, dejarse llevar por la belleza del entorno que nos rodea seguramente no sea la actitud más adecuada en ese momento.

También podría ocurrir que la motivación a alcanzar la excelencia que produce la ABE, lleve al individuo a marcarse metas poco realistas o a un excesivo perfeccionismo que podrían tener efectos negativos como sentimientos de frustración, ira, depresión, ansiedad y estrés (Flett & Hewitt, 2002; Stoeber & Otto, 2006; Besharat & Shahidi, 2010). Por tanto, sería oportuno examinar si esto sucede y en combinación con qué otras características psicológicas tiene lugar.

Finalmente, otro posible efecto negativo podría ser la desintegración del yo. Graziella Magherini (1989/1990) acuñó con el nombre “síndrome de Stendhal” el colapso psíquico que sufrían algunos turistas que buscaban ocio cultural en ciudades con grandes riquezas artísticas. A partir de sus observaciones de turistas extranjeros que llegaban con una alteración psíquica aguda al servicio de urgencias del hospital Santa María Nuova de Florencia, la autora concluyó que estas crisis se producían en algunas personas cuando se encontraban con un objeto estético nuevo que era imposible de asimilar: “Muchos de nuestros pacientes son personajes afectados por la belleza del mundo, pero gran parte de ellos “salvajemente” retirados de ella, refugiados en la enfermedad, por la imposibilidad de tolerar la relación apasionada con el objeto estético, que fascina con sus cualidades formales pero que produce dolor por los enigmas que genera y por los dilemas que plantea” (p.192). Frente a este objeto nuevo que debe ser asimilado, hay para todos una fase caracterizada por la incertidumbre que puede resolverse adecuadamente dando lugar a



una forma regenerada y aumentada de uno mismo, como también han señalado Keltner y Haidt (2003), pero que también puede, por el contrario, ser la ocasión de un quebrantamiento psicológico. “Es la capacidad de tolerar la incertidumbre [...] lo que permite el reordenamiento y la ampliación del campo mental” (Magherini, 1989/1990).

Por tanto, es posible que la ABE, en combinación con determinadas características psicológicas o en según qué contextos, no siempre resulte beneficiosa, tema que habría que investigar en el futuro.

5. *Intervenciones.* Con respecto a las intervenciones para desarrollar la ABE y mejorar el bienestar, tomando como punto de partida la intervención piloto realizada en esta tesis, habría que diseñar nuevas intervenciones que incluyan las tres dimensiones de la ABE, o intervenciones centradas en cada una de las tres dimensiones por separado, pero que sean de mayor duración y que cuenten con más medidas de seguimiento. Asimismo, sería deseable contar con muestras mayores, más representativas y que permitan estudios más potentes. También se deberían evaluar distintos formatos, por ejemplo, intervenciones que permitan una mayor interacción entre participantes y psicólogo, como intervenciones cara a cara, e intervenciones más personalizadas. Asimismo, habría que evaluar si este tipo de intervenciones funcionan igual de bien para todo el mundo y en todo tipo de situaciones. Por ejemplo, se ha observado que las intervenciones positivas son más eficaces en mejorar el bienestar en personas que tienen problemas psicológicos (Bolier *et al.*, 2013). Otro ejemplo: si la ABE facilita la trascendencia, es posible que sea un buen mecanismo de afrontamiento en situaciones que no tengan solución, como una limitación física o la muerte de un ser querido, y que requieran un cambio de perspectiva sobre el problema. En este sentido, es posible que intervenciones en apreciación de la belleza sean especialmente beneficiosas para personas muy mayores, dado el estadio vital en el que se encuentran y sus limitaciones físicas, mientras que intervenciones en apreciación de la excelencia pueden ser particularmente convenientes en niños y adolescentes, por el efecto que podrían tener en el desarrollo de su carácter y en el de su talento y habilidades.

En definitiva, a pesar de las limitaciones que puedan encontrarse, que han sido expuestas en detalle en los capítulos 3 y 4, creemos que este trabajo hace una contribución de interés al análisis de la apreciación de la belleza y la excelencia. Esperamos que este trabajo sirva para impulsar la investigación en esta fortaleza, a la que se ha desatendido durante demasiado tiempo, que sea un punto de partida para ampliar el conocimiento sobre la ABE, y para mostrar su importancia para el bienestar y para el desarrollo del carácter y del potencial de las personas. Asimismo, confiamos en que nuestros estudios y los que vengan después sirvan para aumentar la conciencia de la belleza y la excelencia en nuestro mundo, para restaurar nuestra capacidad contemplativa, y para fomentar el aprecio de los demás seres humanos y de la naturaleza por lo que son, es decir, como fines en sí mismos y no como meros medios para alcanzar otros objetivos. Creemos que la ABE puede fomentar la cohesión entre las personas, y entre las personas y la naturaleza, lo que puede tener implicaciones importantes para el bienestar

sostenible. Además, esperamos que nuestras propuestas puedan ayudar e inspirar a otros investigadores para que adopten una perspectiva más amplia sobre el estudio de las fortalezas del carácter, al reconocer la importancia de las interdependencias entre los individuos y su contexto más amplio.



## Referencias

- Adler, M. G., & Fagley, N. S. (2005). Appreciation: Individual differences in finding value and meaning as a unique predictor of subjective well-being. *Journal of Personality*, 73(1), 79-114.
- Agnati, L. F. et al. (2007). Does the human brain have unique genetically determined networks coding logical and ethical principles and aesthetics? From Plato to novel mirror networks. *Brain Research Reviews*, 55, 68 - 77.
- Aharon, I., Etcoff, N., Ariely, D., Chabris, C. F., O'Connor, E., & Breiter, H. C. (2001). Beautiful faces have variable reward value: FMRI and behavioral evidence. *Neuron*, 32(3), 537-551.
- Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: The 'other-praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration. *The Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105-127.
- Anderson, J. R. (1988). *The role of hope in appraisal, goal-setting, expectancy, and coping*. Unpublished doctoral dissertation, University of Kansas, Lawrence.
- Appleton, J. (1975). *The experience of landscape*. NY: John Wiley & Sons.
- Aquino, K., McFerran, B., & Laven, M. (2011). Moral identity and the experience of moral elevation in response to acts of uncommon goodness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 703-718.
- Arbuckle, J. L. (1995). *IBM SPSS Amos 19 user's guide*.
- Armstrong, T., & Detweiler-Bedell, B. (2008). Beauty as an emotion: The exhilarating prospect of mastering a challenging world. *Review of General Psychology*, 12(4), 305-329.
- Avia, M. D. (1994, 2000). *NEO PI-R inventario de personalidad NEO revisado (NEO PI-R). Forma S. Paul T. Costa y Robert R. McCrae (1992). Versión en español de M.D. Avia*. Unpublished manuscript.
- Avia, M. D., Silva, F., & Sanz, J. (1997). *NEO-FFI. inventario de cinco factores NEO (costa y McCrae, 1989/98). Adaptación española. Edición experimental de 1997-2000*. Unpublished manuscript.
- Ballard, R. (1992). Short forms of the Marlowe-Crowne social desirability scale. *Psychological Reports*, 71(3), 1155-1160.
- Bartels, A., & Zeki, S. (2004). The neural correlates of maternal and romantic love. *Neuroimage*, 21(3), 1155-1166.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bayer, R. (1961). *Historia de la estética*. Fondo de cultura económica de España, S.L.
- Bechtel, W. (2002). Modules, brain parts, and evolutionary psychology. In S. J. Scher, & F. Rauscher (Eds.), *Evolutionary psychology: Alternative approaches* (pp. 211-227). Dordrecht: Kluwer.
- Bentler, P. M. (2005). *EQS 6 Structural equations program manual*. Encino, CA: Multivariate Software.
- Berlyne, D. E. (1974). *Studies in the new experimental aesthetics: Steps toward an objective psychology of aesthetic appreciation*. Oxford, UK: Hemisphere.
- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and psychobiology*. East Norwalk, CT, US: Appleton-Century-Crofts.

- Besharat, M. A., & Shahidi, S. (2010). Perfectionism, anger, and anger rumination. *International Journal of Psychology*, 45(6), 427-434.
- Bilbao, M. Á., Techio, E. M., & Páez, D. (2007). Felicidad, cultura y valores personales: Estado de la cuestión y síntesis meta-analítica. *Revista De Psicología*, 25(2), 233-276.
- Blood, A. J., & Zatorre, R. J. (2001). Intensely pleasurable responses to music correlate with activity in brain regions implicated in reward and emotion. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 98(20), 11818-11823.
- Bolier, L., Haverman, M., Westerhof, G. J., Riper, H., Smit, F., & Bohlmeijer, E. (2013). Positive psychology interventions: A meta-analysis of randomized controlled studies. *BMC Public Health*, 13(1), 119.
- Borkenau, P., & Ostendorf, F. (1992). Social desirability scales as moderator and suppressor variables. *European Journal of Personality*, 6(3), 199-214.
- Bornstein, R. F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987. *Psychological Bulletin*, 106(2), 265-289.
- Bostic, T. J., McGartland, D., & Hood, M. (2000). A validation of the subjective vitality scale using structural equation modeling. *Social Indicators Research*, 52(3), 313-324.
- Bowler, D. E., Buyung-Ali, L. M., Knight, T. M., & Pullin, A. S. (2010). A systematic review of evidence for the added benefits to health of exposure to natural environments. *BMC Public Health*, 10, 456.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 822-848.
- Bryant, F. B. & Veroff, J. (2007). *Savoring: A new model of positive experience*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bryant, F. B., King, S. P., & Smart, C. M. (2007). Multivariate statistical strategies for construct validation in positive psychology. In A. M. Ong, & M. H. M. Van Dulmen (Eds.), *Oxford handbook of methods in positive psychology* (pp. 61-82). New York: Oxford University Press.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (Second ed.). New York: Routledge. Taylor & Francis Group.
- Calvo-Merino, B., Urgesi, C., Orgs, G., Aglioti, S. M., & Haggard, P. (2010). Extrastriate body area underlies aesthetic evaluation of body stimuli. *Experimental Brain Research*, 204(3), 447-456.
- Cela-Conde, C. J., Marty, G., Maestu, F., Ortiz, T., Munar, E., Fernandez, A., et al. (2004). Activation of the prefrontal cortex in the human visual aesthetic perception. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 101(16), 6321-6325.
- Cela-Conde, C. J., Ayala, F. J., Munar, E., Maestu, F., Nadal, M., Capo, M. A., et al. (2009). Sex-related similarities and differences in the neural correlates of beauty. *PNAS Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 106(10), 3847-3852.
- Cheng, F. (2006). *Cinco meditaciones sobre la belleza*. España: Siruela.
- Chung, H. (2008). Resiliency and character strengths among college students. University of Arizona. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering*.
- Cloninger, C. R., Przybeck, T. R., Svrakic, D. M., & Wetzel, R. D. (1994). *The Temperament and Character Inventory (TCI): A guide to its development and use*. St. Louis, MO: Center for Psychobiology of Personality.

- Cloninger, C. R., Svrakic, D. M., & Przybeck, T. R. (1993). A psychobiological model of temperament and character. *Archives of General Psychiatry*, 50(12), 975-975-990.
- Cohen, A. B., Gruber, J., & Keltner, D. (2010). Comparing spiritual transformations and experiences of profound beauty. *Psychology of Religion and Spirituality*, 2(3), 127-135.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO personality inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1988). Personality in adulthood: A six-year longitudinal study of self-reports and spouse ratings on the NEO personality inventory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 853-863.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO PI-R) and NEO five-factor inventory (NEOFFI) professional manual*. Odessa FL: Psychological Assessment Resources.
- Cox, K. S. (2010). Elevation predicts domain-specific volunteerism 3 months later. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 333-341.
- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24(4), 349-354.
- Crumbaugh, J. C., & Maholick, L. T. (1964). An experimental study in existentialism: The psychometric approach to Frankl's concept of noogenic neurosis. *Journal of Clinical Psychology*, 20(2), 200-207.
- Csikszentmihalyi, M. (1990/1996). *Flow (fluir): Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.
- Csikszentmihalyi, M. (1994). *The evolving self: A psychology for the third millennium*. New York: Harper Perennial.
- Cupchik, G. C., Vartanian, O., Crawley, A., & Mikulis, D. J. (2009). Viewing artworks : Contributions of cognitive control and perceptual facilitation to aesthetic experience. *Brain and Cognition*, 70(1), 84-91.
- Dambrun, M., Ricard, M., Després, G., Drelon, E., Gibelin, E., Gibelin, M., et al. (2012). Measuring happiness: From fluctuating happiness to authentic–durable happiness. *Frontiers in Psychology*, 3(16).
- Darwin, C. (1872/1965). *The expression of the emotions in man and animals*. London, England: John Murray, London.
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10, 85.
- DeFruyt, F., DeWiele, L. V., & Van Heeringen, C. (2000). Cloninger's psychobiological model of temperament and character and the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 29(3), 441-452.
- DeVellis, R. F. (1991). *Scale development: Theory and applications*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dewey, J. (1934/1980). *Art as experience*. New York: Putnam.
- Díaz, D., Rodríguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C., et al. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18(3), 572-577.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, E., Sandvik, E., Pavot, W., & Gallagher, D. (1991). Response artifacts in the measurement of subjective well-being. *Social Indicators Research*, 24(1), 35.

- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., et al. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97(2), 143-156.
- Diessner, R., Rust, T., Solom, R. C., Frost, N., & Parsons, L. (2006). Beauty and hope: A moral beauty intervention. *Journal of Moral Education*, 35(3), 301-317.
- Diessner, R., Solom, R. C., Frost, N. K., Parsons, L., & Davidson, J. (2008). Engagement with beauty: Appreciating natural, artistic, and moral beauty. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 142(3), 303-329.
- Dijkstra, K. (2009). Understanding healing environments: Effects of physical environmental stimuli on patients' health and well-being. Doctoral dissertation. University of Twente, The Netherlands.
- Dijkstra, K., Pieterse, M. E., & Pruyn, A. (2008). Stress-reducing effects of indoor plants in the built healthcare environment: The mediating role of perceived attractiveness. *Preventive Medicine*, 47(3), 279-283.
- Doehring, C., & Clarke, A. (August, 2002). Perceiving sacredness in life: Personal, religious, social, and situational predictors. *Annual Meeting of the American Psychological Association*, Chicago.
- Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Barcelona: Lumen.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6(3-4), 169-200.
- Eliade, M. (1957). *The sacred and the profane: The nature of religion*. New York: Harcourt, Brace.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 295-309.
- Etcoff, N. (1999). *Survival of the prettiest: The science of beauty*. New York, NY, US: Anchor Books/Doubleday.
- Evans, D. (2002). The effectiveness of music as an intervention for hospital patients: A systematic review. *Journal of Advanced Nursing*, 37(1), 8-18.
- Eysenck, H. J. (1983). A new measure of 'good taste' in visual art. *Leonardo*, 16(3), 229-231.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Fave, A. D. delle, Brdar, I., Freire, T., Vella-Brodrick, D., & Wissing, M. P. (2011). The eudaimonic and hedonic components of happiness: Qualitative and quantitative findings. *Social Indicators Research*, 100(2), 185-207.
- Fechner, G. T. (1876). *Vorschule der aesthetik [experimental aesthetics; "Pre-school" of aesthetics]*. Leipzig: Breitkopf & Hartel.
- Feist, G. J. (2007). An evolutionary model of artistic and musical creativity. *Evolutionary and neurocognitive approaches to aesthetics, creativity and the arts* (pp. 15-30). Amityville, NY, US: Baywood Publishing Co.
- Ferrando, P. J., & Chico, E. (2000). Adaptación y análisis psicométrico de la escala de discapacidad social de Marlowe y Crowne. *Psicothema*, 12(3), 383-389.
- Ferrucci, P. (2008). *Belleza para sanar el alma*. España: Urano.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). Dubai: Sage.

- Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2002). Perfectionism and maladjustment: An overview of theoretical, definitional, and treatment issues. In G. L. Flett & P. L. Hewitt (Eds.), *Perfectionism: Theory, research, and treatment* (pp. 5-31). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Fordyce, M. W. (1988). A review of research on the happiness measures: A sixty second index of happiness and mental health. *Social Indicators Research*, 20(4), 355-381.
- Forsythe, A., Nadal, M., Sheehy, N., Cela-Conde, C. J., & Sawey, M. (2011). Predicting beauty: Fractal dimension and visual complexity in art. *British Journal of Psychology*, 102, 49-70.
- Frankl, V. E. (1964). *Man's search for meaning*. New York: Washington Square Press.
- Franklin, M. (1990). The esthetic attitude and empathy: A point of convergence. *American Journal of Art Therapy*, 29(2), 42-47.
- Freedberg, D., & Gallese, V. (2007). Motion, emotion and empathy in esthetic experience. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(5), 197-203.
- Freeman, D., Aquino, K., & McFerran, B. (2009). Overcoming beneficiary race as an impediment to charitable donations: Social dominance orientation, the experience of moral elevation, and donation behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(1), 72-84.
- Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Furr, R. M., & Bacharach, V. R. (2008). *Psychometrics: An introduction*. Los Angeles: Sage.
- Gadamer, H. (1977). *La actualidad de lo bello: El arte como juego, símbolo y fiesta*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Galindo, M. P., & Hidalgo, M. C. (2005). Aesthetic preferences and the attribution of meaning: Environmental categorization processes in the evaluation of urban scenes. *International Journal of Psychology*, 40(1), 19-26.
- Gangestad, S. W., & Thornhill, R. (1997). Human sexual selection and developmental stability. In J. Simpson & D. Kenrick (Eds.), *Evolutionary social psychology* (pp. 169-196). Hillsdale, NJ, England: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Garlin, F. V., & Owen, K. (2006). Setting the tone with the tune: A meta-analytic review of the effects of background music in retail settings. *Journal of Business Research*, 59(6), 755-764.
- Gibb, J. (1990). *The hope scale revisited: Further validation of a measure of individual differences in the hope motive*. Unpublished master's thesis, University of Illinois at Urbana-Champaign, US.
- Green, S. B., & Salkind, N. J. (2005). *Using SPSS for windows and macintosh: Analyzing and understanding data*. Pearson/Prentice Hall.
- Griskevicius, V., Shiota, M. N., & Neufeld, S. L. (2010). Influence of different positive emotions on persuasion processing: A functional evolutionary approach. *Emotion*, 10(2), 190-206.
- Grundler, O. (1922). *Elemente zu einer religionsphilosophie auf phänomenologischer grundlage*. Munich, Germany: Josef Kosel & Friedrich Pustet.
- Güsewell, A., & Ruch, W. (2012). Are there multiple channels through which we connect with beauty and excellence? *The Journal of Positive Psychology*, 7(6), 516-529.
- Gutiérrez-Zotes, J. A., Bayón, C., Montserrat, C., Valero, J., Labad, A., Cloninger, C. R., et al. (2007). Inventario del Temperamento y el Carácter-Revisado (TCI-R). Baremación y datos normativos en una muestra de población general. *Actas Españolas De Psiquiatría*, 32(1), 8-15.
- Haidt, J. (2000). The positive emotion of elevation. *Prevention & Treatment*, 3(1), No Pagination Specified.



- Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Cherer & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford: Oxford University Press.
- Haidt, J., & Keltner, D. (2004). Appreciation of beauty and excellence [awe, wonder, elevation]. In C. Peterson, & M. E. P. Seligman (Eds.), *Character strengths and virtues: A handbook and classification* (pp. 537-551). Washington, New York: American Psychological Association and Oxford University Press.
- Han, K. (2010). An exploration of relationships among the responses to natural scenes: Scenic beauty, preference, and restoration. *Environment and Behavior*, 42(2), 243.
- Harney, P. (1989). *The hope scale: Exploration of construct validity and its influence on health*. Unpublished master's thesis, University of Kansas, Lawrence.
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 16(1), 107-112.
- Hekkert, P., & Van Wieringen, P. C. (1990). Complexity and prototypicality as determinants of the appraisal of cubist paintings. *British Journal of Psychology*, 81(4), 483-495.
- Henrich, J., & Gil-White, F. J. (2001). The evolution of prestige: Freely conferred deference as a mechanism for enhancing the benefits of cultural transmission. *Evolution and Human Behavior*, 22(3), 165-196.
- Höge, H. (1995). Fechner's experimental aesthetics and the golden section hypothesis today. *Empirical Studies of the Arts*, 13(2), 131-148.
- Houston, J., & Maters, R. E. L. (1972). The experimental induction of religious type experiences. In J. White (Ed.), *The highest state of consciousness* (pp. 303-321). New York: Doubleday.
- Huber, J. T., & MacDonald, D. A. (2012). An investigation of the relations between altruism, empathy, and spirituality. *Journal of Humanistic Psychology*, 52(2), 206-221.
- Immordino-Yang, M. H., McColl, A., Damasio, H., & Damasio, A. (2009). Neural correlates of admiration and compassion. *PNAS Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 106(19), 8021-8026.
- Immordino-Yang, M. H., & Sylvan, L. (2010). Admiration for virtue: Neuroscientific perspectives on a motivating emotion. *Contemporary Educational Psychology*, 35(2), 110-115.
- Isaacowitz, D. M., Vaillant, G. E., & Seligman, M. E. P. (2003). Strengths and satisfaction across the adult lifespan. *International Journal of Aging and Human Development*, 57(2), 181-201.
- Ishai, A., Senior, C., & Rippon, G. (2007). Sex, beauty and the orbitofrontal cortex. *International Journal of Psychophysiology*, 63(2), 181-185.
- Jacobsen, T. (2002). Kandinsky's questionnaire revisited: Fundamental correspondence of basic colors and forms? *Perceptual and Motor Skills*, 95(3), 903-913.
- Jacobsen, T. (2004). Individual and group modelling of aesthetic judgment strategies. *British Journal of Psychology*, 95(1), 41-56.
- Jacobsen, T. (2010). Beauty and the brain: Culture, history and individual differences in aesthetic appreciation. *Journal of Anatomy*, 216(2), 184-191.
- Jacobsen, T., & Höfel, L. (2002). Aesthetic judgments of novel graphic patterns: Analyses of individual judgments. *Perceptual and Motor Skills*, 95(3), 755-766.
- Jacobsen, T., Schubotz, R. I., Höfel, L., & Cramon, D. Y. V. (2006). Brain correlates of aesthetic judgment of beauty. *Neuroimage*, 29(1), 276-285.
- Jahoda, M. (1958). *Current concepts of positive mental health*. New York: Basic Books.
- James, W. (1902/1999). *Varieties of religious experience: A study in human nature*. New York: Modern Library.

- Kant, I. (1764/2008). *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime*. España: Alianza Editorial.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. New York, US: Cambridge University Press.
- Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169-182.
- Kawabata, H., & Zeki, S. (2004). Neural correlates of beauty. *Journal of Neurophysiology*, 91(4), 1699-1705.
- Keltner, D., & Haidt, J. (2003). Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion. *Cognition & Emotion*, 17(2), 297-314.
- Kirk, K. M., Eaves, L. J., & Martin, N. G. (1999). Self-transcendence as a measure of spirituality in a sample of older Australian twins. *Twin Research: The Official Journal of the International Society for Twin Studies*, 2(2), 81-87.
- Kirk, U., Skov, M., Christensen, M. S., & Nygaard, N. (2009). Brain correlates of aesthetic expertise: A parametric fMRI study. *Brain and Cognition*, 69(2), 306-315.
- Kjell, O. N. E. (2011). Sustainable well-being: A potential synergy between sustainability and well-being research. *Review of General Psychology*, 15(3), 255-266.
- Koltko-Rivera, M. E. (2006). Rediscovering the later version of Maslow's hierarchy of needs: Self-transcendence and opportunities for theory, research, and unification. *Review of General Psychology*, 10(4), 302-317.
- Konečni, V. J. (1979). Determinants of aesthetic preference and effects of exposure to aesthetic stimuli: Social, emotional and cognitive factors. *Progress in Experimental Personality Research*, 9, 149-197.
- Konečni, V. J. (2005). The aesthetic trinity: Awe, being moved, thrills. *Bulletin of Psychology and the Arts*, 5(2), 27-44.
- Kose, S. (2003). A psychobiological model of temperament and character: TCI. *Yeni Symposium: Psikiyatri, Nöroloji Ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 41(2), 86-97.
- Landis, S. K., Sherman, M. F., Piedmont, R. L., Kirkhart, M. W., Rapp, E. M., & Bibe, D. H. (2009). The relation between elevation and self-reported prosocial behavior: Incremental validity over the five-factor model of personality. *The Journal of Positive Psychology*, 4(1), 71-84.
- Langlois, J. H., & Roggman, L. A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, 1(2), 115-121.
- Latta, R. L. (1999). *The basic humor process: A cognitive-shift theory and the case against incongruity*. New York: Mouton de Gruyter.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York: Oxford University Press.
- Linley, P. A., Maltby, J., Wood, A. M., Joseph, S., Harrington, S., Peterson, C., et al. (2007). Character strengths in the United Kingdom: The VIA Inventory of Strengths. *Personality and Individual Differences*, 43(2), 341-351.
- Little, T. D., Cunningham, W. A., Shahar, G., & Widaman, K. F. (2002). To parcel or not to parcel: Exploring the question, weighing the merits. *Structural Equation Modeling*, 9(2), 151-173.
- Littman-Ovadia, H., & Lavy, S. (2012). Character strengths in Israel: Hebrew adaptation of the VIA Inventory of Strengths. *European Journal of Psychological Assessment*, 28(1), 41-50.
- Locher, P. J. (2003). An empirical investigation of the visual rightness theory of picture perception. *Acta Psychologica*, 114(2), 147-164.

- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., & Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111–131.
- Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46(2), 137-155.
- MacDonald, C., Bore, M., & Munro, D. (2008). Values in Action Scale and the Big 5: An empirical indication of structure. *Journal of Research in Personality*, 42(4), 787-799.
- Maddi, S. R. (1996). *Personality theories: A comparative analysis* (6th ed.). Belmont, CA, US: Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
- Magherini, G. (1989/1990). *El síndrome de Stendhal*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Manning, J. T., Scutt, D., Whitehouse, G. H., & Leinster, S. J. (1997). Breast asymmetry and phenotypic quality in women. *Evolution and Human Behavior*, 18, 1-13.
- Martindale, C. (1988). Aesthetics, psychobiology, and cognition. *The foundations of aesthetics, art, & art education* (pp. 7-42). New York: Praeger Publishers.
- Martindale, C., & Moore, K. (1988). Priming, prototypicality, and preference. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 14(4), 661-670.
- Martínez-Arias, M. R., Hernández-Lloreda, M. J., & Hernández-Lloreda, M. V. (2006). *Psicometría*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martínez-Martí, M. L., Avia, M. D., & Hernández-Lloreda, M. J. (2010). The effects of counting blessings on subjective well-being: A gratitude intervention in a Spanish sample. *The Spanish Journal of Psychology*, 13(2), 886-896.
- Marty, G. (1999). *Psicología del arte*. Madrid: Piramide.
- Maslow, A. H. (1964). *Religions, values, and peak experiences*. New York: Penguin.
- Maslow, A. H. (1968/2007). *El hombre autorrealizado*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Maslow, A. H. (1969). Various meanings of transcendence. *Journal of Transpersonal Psychology*, 1(1), 56-66.
- Mayer, F. S., & Frantz, C. M. (2004). The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24(4), 503-515.
- Mestre, V., Frías, M. D., & Samper, P. (2004). La medida de la empatía: Análisis del Interpersonal Reactivity Index. *Psicothema*, 16(2), 255-260.
- McCrae, R. R. (2007). Aesthetic chills as a universal marker of openness to experience. *Motivation and Emotion*, 31(1), 5-11.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112-127.
- McDougall, W. (1910). *An introduction to social psychology*. J. W. Luce: Boston.
- McGlone, M. S., & Tofigbakhsh, J. (1999). The Keats heuristic: Rhyme as reason in aphorism interpretation. *Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 26(4), 235-244.
- McGlone, M. S., & Tofigbakhsh, J. (2000). Birds of a feather flock conjointly (?): Rhyme as reason in aphorisms. *Psychological Science*, 11(5), 424-428.
- McWhinnie, H. J. (1968). A review of research on aesthetic measure. *Acta Psychologica, Amsterdam*, 28(4), 363-375.
- Meevissen, Y. M. C., Peters, M. L., & Alberts, H. J. E. M. (2011). Become more optimistic by imagining a best possible self: Effects of a two week intervention. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 42(3), 371-378.

- Meng, X., Rosenthal, R., & Rubin, D. B. (1992). Comparing correlated correlation coefficients. *Psychological Bulletin*, 111(1), 172-175.
- Miki, Y. (1976). *Introduction to Naikan therapy*. Kyoto, Japan: Sogensha.
- Milinski, M., Semmann, D., & Krambeck, H. (2002). Reputation helps solve the 'tragedy of the commons'. *Nature*, 415(6870), 424-426.
- Miller, G. F. (2001). Aesthetic fitness: How sexual selection shaped artistic virtuosity as a fitness indicator and aesthetic preferences as mate choice criteria. *Bulletin of Psychology and the Arts*, 2(1), 20-25.
- Mitchell, L. A., & MacDonald, R. A. R. (2006). An experimental investigation of the effects of preferred and relaxing music listening on pain perception. *Journal of Music Therapy*, 43(4), 295-316.
- Nadal, M., Capó, M., Munar, E., & Cela-Conde, C. (2009). La evolución de la apreciación estética. *Estudios De Psicología*, 30(1), 3-20.
- Nasar, J. L. (1997). New developments in aesthetics for urban design. *Advances in environment, behavior, and design: Toward the integration of theory, methods, research, and utilization* (pp. 149-193). New York Edmond: Plenum Press Environmental Design Research Association.
- Noblejas de la Flor, M. A. (1994). Logoterapia. Fundamentos, principios y aplicación. Una experiencia de evaluación del "logro interior de sentido". Universidad Complutense de Madrid, España.
- North, A. C., Tarrant, M., & Hargreaves, D. J. (2004). The effects of music on helping behavior. A field study. *Environment & Behavior*, 36(2), 266-275.
- Northoff, G., Richter, A., Gessner, M., Schlagenhauf, F., Fell, J., Baumgart, F., et al. (2000). Functional dissociation between medial and lateral prefrontal cortical spatiotemporal activation in negative and positive emotions: A combined fMRI/MEG study. *Cerebral Cortex*, 10(1), 93-107.
- Orians, G. H. (2001). An evolutionary perspective on aesthetics. *Bulletin of Psychology and the Arts*, 2(1), 25-29.
- Ortony, A., Clore, G. L., & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Osin, E. (2009). Social desirability in positive psychology: Bias or desirable sociality? In T. Freire (Ed.), *Understanding positive life. research and practice on positive psychology* (pp. 407-428). Lisboa: Climepsi Editores.
- Otto, R. (1917/1923). *The idea of the holy: An inquiry into the non-rational factor in the idea of the divine and its relation to the rational*. London: Oxford University Press.
- Pargament, K. I., & Mahoney, A. (2005). Sacred matters: Sanctification as a vital topic for the psychology of religion. *International Journal for the Psychology of Religion*, 15(3), 179-198.
- Park, N., & Peterson, C. (2006). Moral competence and character strengths among adolescents: The development and validation of the Values in Action Inventory of strengths for youth. *Journal of Adolescence*, 29(6), 891-909.
- Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2006). Character strengths in fifty-four nations and the fifty US states. *The Journal of Positive Psychology*, 1(3), 118-129.
- Pérez-Albéniz, A., de Paúl, J., Etxeberria, J., Montes, M. P., & Torres, E. (2003). Adaptación del Interpersonal Reactivity Index (IRI) al español. *Psicothema*, 15(2), 267-272.

- Pergakis, M. B., Hasan, N. S., Heller, N. R., & Waldinger, R. J. (2010). Octogenarian reports of lifetime spiritual experiences: Types of experience and early life predictors. *Journal of Religion, Spirituality & Aging*, 22(3), 220-238.
- Peterson, C., Park, N., Pole, N., D'Andrea, W., & Seligman, M. E. P. (2008). Strengths of character and posttraumatic growth. *Journal of Traumatic Stress*, 21(2), 214-217.
- Peterson, C., Park, N., & Seligman, M. E. P. (2006). Greater strengths of character and recovery from illness. *The Journal of Positive Psychology*, 1(1), 17-26.
- Peterson, C., Ruch, W., Beermann, U., Park, N., & Seligman, M. E. P. (2007). Strengths of character, orientations to happiness, and life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 2(3), 149-156.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Washington, New York: American Psychological Association, Oxford University Press.
- Piedmont, R. L. (1999). Does spirituality represent the sixth factor of personality? Spiritual transcendence and the five-factor model. *Journal of Personality*, 67(6), 985-1013.
- Price, M. E. (2006). Monitoring, reputation and "greenbeard" reciprocity in a shuar work team. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 201-219.
- Primer congreso nacional de psicología positiva (2012). El Escorial, Madrid.
- Ramachandran, V., & Hirstein, W. (1999). The science of art: A neurological theory of aesthetic experience. *Journal of Consciousness Studies*, 6(6-7), 15-51.
- Real Academia Española (sin fecha). <http://www.rae.es/rae.html>
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition: An International Journal*, 8(3), 338-342.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), 364-382.
- Reber, R., Winkielman, P., & Schwarz, N. (1998). Effects of perceptual fluency on affective judgments. *Psychological Science*, 9(1), 45-48.
- Redies, C. (2007). A universal model of esthetic perception based on the sensory coding of natural stimuli. *Spatial Vision. Special Issue: Art and Perception: Towards a Visual Science of Art, Part 2*, 21(1-2), 97-117.
- Reynolds, W. M. (1982). Development of reliable and valid short forms of the Marlowe-Crowne social desirability scale. *Journal of Clinical Psychology*, 38(1), 119-125.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- Richins, M. L. (2004). The Material Values Scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209-219.
- Ritterfeld, U. (2002). Social heuristics in interior design preferences. *Journal of Environmental Psychology*, 22(4), 369-386.
- Robins, R. W., Fraley, R. C., Roberts, B. W., & Trzesniewski, K. H. (2001). A longitudinal study of personality change in young adulthood. *Journal of Personality*, 69(4), 617-640.
- Rodríguez, M. N., & Ruiz, M. Á. (2008). Atenuación de la asimetría y de la curtosis de las puntuaciones observadas mediante transformaciones de variables: Incidencia sobre la estructura factorial. *Psicológica*, 29(2), 205-227.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person*. Boston: Houghton Mifflin.

- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Rolls, E. T. (2006). Brain mechanisms underlying flavour and appetite. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London, Series B: Biological Sciences*, 361(1471), 1123-1136.
- Ruch, W., Proyer, R. T., Harzer, C., Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2010). Values in Action Inventory of Strengths (VIA-IS): Adaptation and validation of the German version and the development of a peer-rating form. *Journal of Individual Differences*, 31(3), 138-149.
- Ryan, R. M., & Frederick, C. (1997). On energy, personality, and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of Personality*, 65(3), 529-565.
- Ryff, C. D. (1989). Beyond Ponce de Leon and life satisfaction: New directions in quest of successful ageing. *International Journal of Behavioral Development*, 12(1), 35-55.
- Saroglou, V., Buxant, C., & Tilquin, J. (2008). Positive emotions as leading to religion and spirituality. *The Journal of Positive Psychology*, 3(3), 165-173.
- Scheurmann, E. (1920/1998). *Los papalagi*. Barcelona: RBA Integral.
- Schleiermacher, F. (1806/1967). *Christmas eve: Dialogue on incarnation*. Richmond, VA: John Knox Press.
- Schnall, S., Roper, J., & Fessler, D. M. (2010). Elevation leads to altruistic behavior. *Psychological Science*, 21(3), 315.
- Schueller, S. M. (2010). Preferences for positive psychology exercises. *The Journal of Positive Psychology*, 5(3), 192-203.
- Schulman, M. (2002). How we become moral: The sources of moral motivation. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 499-512). New York: Oxford University Press.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2005). Basic human values: Their content and structure across countries. In A. Tamayo, & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações [values and behavior in organizations]* (pp. 21-55). Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Schwartz, S. H. (2006). Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald & G. Eva (Eds.), *Measuring attitudes cross-nationally - lessons from the European Social Survey*. London: Sage.
- Schwartz, B., & Sharpe, K. E. (2006). Practical wisdom: Aristotle meets positive psychology. *Journal of Happiness Studies*, 7(3), 377-395.
- Seligman, M. E. P. (2003). *La auténtica felicidad*. Barcelona: Ediciones B.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York, NY, US: Free Press.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410-421.
- Shapira, L. B., & Mongrain, M. (2010). The benefits of self-compassion and optimism exercises for individuals vulnerable to depression. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 377-389.

- Shiota, M. N., Campos, B., & Keltner, D. (2003). The faces of positive emotion: Prototype displays of awe, amusement, and pride. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1000, 296-299.
- Shiota, M. N., Keltner, D., & John, O. P. (2006). Positive emotion dispositions differentially associated with Big Five personality and attachment style. *The Journal of Positive Psychology*, 1(2), 61-71.
- Shiota, M. N., Keltner, D., & Mossman, A. (2007). The nature of awe: Elicitors, appraisals, and effects on self-concept. *Cognition & Emotion*, 21(5), 944-963.
- Shryack, J., Steger, M. F., Krueger, R. F., & Kallie, C. S. (2010). The structure of virtue: An empirical investigation of the dimensionality of the Virtues in Action Inventory of Strengths. *Personality and Individual Differences*, 48(6), 714-719.
- Silverman, I., & Eals, M. (1992). Spatial sex differences: Evolutionary theory and data. In J. Barkow, L. Cosmides & J. Tooby (Eds.), *The adapted mind* (pp. 487 - 503) Oxford University Press.
- Silverman, I., Choi, J., Mackewn, A., Fisher, M., Moro, J., & Olshansky, E. (2000). Evolved mechanisms underlying wayfinding: Further studies on the hunter-gatherer theory of spatial sex differences. *Evolution and Human Behavior*, 21(3), 201-213.
- Silvers, J. A., & Haidt, J. (2008). Moral elevation can induce nursing. *Emotion*, 8(2), 291-295.
- Silvia, P. J., & Nusbaum, E. C. (2011). On personality and piloerection: Individual differences in aesthetic chills and other unusual aesthetic experiences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(3), 208-214.
- Sin, N. L., Lyubomirsky, S., & Rashid, T. (2009). Enhancing well-being and alleviating depressive symptoms with positive psychology interventions A practice-friendly meta-analysis. *Journal of Clinical Psychology*, 65(5), 467-487.
- Slater, A., Von der Schulenburg, C., Brown, E., Badenoch, M., Butterworth, G., Parsons, S., et al. (1998). Newborn infants prefer attractive faces. *Infant Behavior & Development*, 21(2), 345-354.
- Small, D. M., Gregory, M., Mak, Y., Gitelman, D., Mesulam, M. M., & Parrish, T. (2003). Dissociation of neural representation of intensity and affective valuation in human gustation. *Neuron*, 39(4), 701-711.
- Smith, J. D., & Melara, R. J. (1990). Aesthetic preference and syntactic prototypicality in music : 'Tis the gift to be simple. *Cognition*, 34(3), 279-298.
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46-64.
- Smith, R. H., Parrott, W. G., Diener, E. F., Hoyle, R. H., & Kim, S. H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(8), 1007-1020.
- Snyder, C. R., Harris, C., Anderson, J. R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T., et al. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(4), 570-585.
- Snyder, C. R., Rand, K. L., & Sigmon, D. R. (2002). *Hope theory: A member of the positive psychology family*. New York, NY, US: Oxford University Press.
- Snyder, C. R., Sympson, S. C., Ybasco, F. C., Borders, T. F., Babyak, M. A., & Higgins, R. L. (1996). Development and validation of the State Hope Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 321-335.

- Steger, M. F., Hicks, B. M., Kashdan, T. B., Krueger, R. F., & Bouchard, T. J. (2007). Genetic and environmental influences on the positive traits of the Values in Action classification, and biometric covariance with normal personality. *Journal of Research in Personality*, 41(3), 524-539.
- Sternberg, R. J., & Jordan, J. (Eds.). (2005). *Handbook of wisdom: Psychological perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stoeber, J., & Otto, K. (2006). Positive conceptions of perfectionism: Approaches, evidence, challenges. *Personality and Social Psychology Review*, 10(4), 295-319.
- Stolnitz, J. (1960). *Aesthetics and philosophy of art criticism*. Boston, MA: Houghton Mifflin Co.
- Strahan, R., & Gerbasi, K. C. (1972). Short, homogeneous versions of the Marlowe-Crowne social desirability scale. *Journal of Clinical Psychology*, 28(2), 191-193.
- Suzuki, D. T., & Fromm, E. (1960/1964). *Budismo y psicoanálisis*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Takahashi, H., Kato, M., Matsuura, M., Koeda, M., Yahata, N., Suhara, T., et al. (2008). Neural correlates of human virtue judgment. *Cerebral Cortex*, 18(8), 1886-1891.
- Tarakeshwar, N., Swank, A. B., Pargament, K. I., & Mahoney, A. (2001). The sanctification of nature and theological conservatism: A study of opposing religious correlates of environmentalism. *Review of Religious Research*, 42, 387-404.
- Taylor, R. P., Micolich, A. P., & Jonas, D. (1999). Fractal analysis of Pollock's drip paintings. *Nature*, 399(6735), 422.
- Tellegen, A., & Atkinson, G. (1974). Openness to absorbing and self-altering experiences ("absorption"), a trait related to hypnotic susceptibility. *Journal of Abnormal Psychology*, 83(3), 268-277.
- Thornhill, R., & Grammer, K. (1999). The body and face of woman: One ornament that signals quality? *Evolution and Human Behavior*, 20, 105-120.
- Thornhill, R. (1998). *Darwinian aesthetics*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2003). Inspiration as a psychological construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 871-889.
- Tinio, P. P. L., Leder, H., & Strasser, M. (2011). Image quality and the aesthetic judgment of photographs: Contrast, sharpness, and grain teased apart and put together. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(2), 165-176.
- Traub, R. E. *Reliability for the social sciences*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tsukiura, T., & Cabeza, R. (2011). Shared brain activity for aesthetic and moral judgments: Implications for the beauty-is-good stereotype. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 6(1), 138-148.
- Ulrich, R. S. (1983). Aesthetic and affective response to natural environment. *Human Behavior & Environment: Advances in Theory & Research*, 6, 85-125.
- Underwood, L. G., & Teresi, J. A. (2002). The Daily Spiritual Experience Scale: Development, theoretical description, reliability, exploratory factor analysis, and preliminary construct validity using health-related data. *Annals of Behavioral Medicine*, 24(1), 22-33.
- Van Cappellen, P., & Saroglou, V. (2012). Awe activates religious and spiritual feelings and behavioral intentions. *Psychology of Religion and Spirituality*, 4(3), 223-236.
- Vartanian, O., & Goel, V. (2004). Neuroanatomical correlates of aesthetic preference for paintings. *Neuroreport*, 15(5), 893-897.



- Vázquez, C. (2009). La ciencia del bienestar psicológico. In C. Vázquez, & G. Hervás (Eds.), *La ciencia del bienestar: Fundamentos de una psicología positiva* (pp. 13-46). Madrid: Alianza Editorial.
- Vázquez, C., Duque, A., & Hervás, G. (2013, in press). Escala de satisfacción con la vida (SWLS) en una muestra representativa de españoles adultos: Validación y datos normativos. *Spanish Journal of Psychology*.
- Veenvliet, S. G., & Paunonen, S. V. (2005). Person perception based on rape-victim testimony. *Deviant Behavior*, 26(3), 209-227.
- Vianello, M., Galliani, E. M., & Haidt, J. (2010). Elevation at work: The effects of leaders' moral excellence. *The Journal of Positive Psychology*, 5(5), 390-411.
- Wedekind, C., & Milinski, M. (2000). Cooperation through image scoring in humans. *Science*, 288(5467), 850-852.
- West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J. (1995). Structural equation models with non-normal variables: Problems and remedies. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 56-75). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Westen, D., & Rosenthal, R. (2003). Quantifying construct validity: Two simple measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 608-618.
- White, E. V., & Gatersleben, B. (2011). Greenery on residential buildings: Does it affect preferences and perceptions of beauty? *Journal of Environmental Psychology*, 31(1), 89-98.
- Whitfield, A. (1984). Individual differences in evaluation of architectural colour: Categorization effects. *Perceptual and Motor Skills*, 59(1), 183.
- Wilson, E. O. (1984). *Biophilia*. Cambridge: Harvard University press.
- Yoshinobu, L. R. (1989). *Construct validation of the Hope Scale: Agency and pathways component*. Unpublished master's thesis, University of Kansas, Lawrence.
- Zaidel, D. W., & Nadal, M. (2011). Brain intersections of aesthetic and morals: Perspectives from biology, neuroscience, and evolution. *Perspectives in Biology and Medicine*, 54(3), 367-80.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27.
- Zak, P. J., Kurzban, R., & Matzner, W. T. (2005). Oxytocin is associated with human trustworthiness. *Hormones and Behavior*, 48(5), 522-527.
- Zeki, S. (1999). *Inner vision*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Zentner, M. R., & Kagan, J. (1996). Perception of music by infants. *Nature*, 383(6595), 29.

## Apéndice 1

### Lista inicial de ítems

#### *Apreciación de la belleza:*

- Pocas veces tengo la oportunidad de disfrutar de algo bello.
- No suelo reaccionar con mucha intensidad ante la belleza.
- Soy una persona muy sensible a la belleza.
- Me fijo en detalles sutiles de belleza que para otros pasan desapercibidos.
- Cuando aprecio la belleza, la experiencia es tan intensa que pienso que merece la pena vivir aunque sólo sea por estos momentos.
- La belleza de la naturaleza o de algunas obras de arte me hace considerarlas en cierta manera sagradas.
- Creo que dedicar parte importante de la vida a disfrutar de la belleza, ya sea en museos o en la naturaleza, es una pérdida de tiempo
- Cuando percibo la belleza de las cosas a mi alrededor me siento como transportada/o a otro mundo.
- Cuando contemplo la belleza siento que conecto con un plano superior de conciencia o espiritualidad en el que todo está unido.
- Cuando llevo cierto tiempo sin ver nada hermoso siento un fuerte anhelo de belleza.
- No me importa estar en ambientes feos o descuidados.
- Me fijo mucho en la belleza de los pequeños detalles del día a día.
- Al apreciar la belleza de los lugares o de las cosas me entran ganas de hacer cosas que también sean bellas.
- Cuando contemplo la belleza siento un profundo bienestar.
- Cuando percibo la belleza de la vida experimento una gran paz interior.
- En raras ocasiones la belleza del mundo me sobrecoge.
- Apreciar la belleza me ennoblece, me siento más bueno/a.
- No me suele suceder que al contemplar algunos paisajes muy bonitos o cuando escucho una música hermosa me sienta maravillado/a.
- Cuando aprecio algo muy hermoso, muy pocas veces me entran ganas de llorar, o se me pone la piel de gallina o siento un nudo en la garganta.

#### *Apreciación de la excelencia moral:*

- Cuando veo a personas que manifiestan grandes virtudes me siento pleno.
- Me fijo en los detalles sutiles que reflejan la bondad y/o las virtudes morales de las personas que para otros pueden pasar desapercibidos.
- Cuando veo a una persona que hace cosas como perdonar sinceramente a alguien que le ha hecho mucho daño o enfrentarse a la vida con valentía, crece mi fe en el ser humano.
- Cuando veo a personas haciendo cosas excelentes por los demás sin esperar nada a cambio pienso que la bondad es parte de nuestra naturaleza.

- Ver que hay personas que se comportan de manera altruista, generosa o valiente sin pedir nada a cambio no es algo que me conmueva especialmente.
- Cuando percibo la bondad moral o las virtudes de algunas personas como, por ejemplo, una gran lealtad, coraje o compasión, siento que conecto con una dimensión más amplia en la que todo está unido y a la que pertenezco.
- Cuando llevo tiempo sin saber de nadie que haga algo realmente bueno por los demás, o que manifieste unas virtudes excelentes, lo echo en falta.
- La mediocridad moral de algunas personas me produce malestar.
- Me resulta difícil encontrar algún detalle de bondad moral o virtudes extraordinarias en las personas que me rodean.
- Cuando veo personas que demuestran tener fortalezas como la valentía, la humildad o la capacidad de amar y ayudar a los demás, quiero seguir su ejemplo y ser mejor persona.
- Pocas veces, cuando observo personas como activistas sociales, medioambientales o políticos, que hacen cosas excelentes para ayudar a los demás, siento que yo también quiero ayudar.
- Cuando veo personas muy valientes, que luchan por la justicia y la libertad, o personas compasivas sacrificándose por los demás, en raras ocasiones me entran ganas de expresarles mi reconocimiento por lo que hacen.
- Ver a personas realizando actos de auténtico altruismo o heroísmo me llena de satisfacción.
- Cuando aprecio personas que manifiestan una generosidad o una bondad extraordinarias me invade una sensación de tranquilidad.
- No es típico de mí sentirme sobrecogido/a cuando veo a personas manifestando virtudes como una gran capacidad de amar o de perdonar, valentía o perseverancia.
- Siento mucha admiración hacia las personas cuando hacen cosas muy generosas, o muy compasivas, o se enfrentan a las situaciones difíciles con sentido del humor o valentía.
- Cuando aprecio las cualidades positivas de algunas personas como, por ejemplo, una gran lealtad, coraje o compasión tiendo a experimentar sentimientos elevados, algo así como sentirme mejor persona.
- Al contemplar a una persona realizando un acto que refleja su bondad o virtudes extraordinarias (como un voluntario en una ONG, un líder espiritual, una persona que lucha contra su enfermedad con entereza, etc.) no suelo sentirme demasiado maravillada/o.
- Cuando veo a una persona que se sacrifica por otros sin esperar nada a cambio siento mucho afecto hacia ella.
- Cuando veo a alguien haciendo algo bueno por los demás de manera altruista siento mucho agradecimiento.
- En pocas ocasiones, cuando contemplo actos de gran valentía o heroicos tengo una sensación cálida en el pecho, o ganas de llorar, o se me pone la piel de gallina o siento un nudo en la garganta.

#### *Apreciación de la excelencia no moral:*

- No creo que haya muchas personas que tengan unas habilidades y un talento extraordinarios, incluyendo artistas, deportistas o científicos.
- No me considero una persona más sensible que los demás al talento y/o a las habilidades extraordinarias de las personas.

- No suelo darme cuenta del gran talento y/o las habilidades extraordinarias de ciertas personas.
- Aunque algunos apenas se inmuten, a mí me parece que el talento y/o las habilidades extraordinarias de algunas personas son algo increíble.
- Pocas veces puedo reconocer gran talento y/o habilidades extraordinarias en personas que no me caen bien.
- Ver que hay personas que logran algo muy difícil debido a sus habilidades extraordinarias, no me suele motivar para trabajar duro y alcanzar la excelencia yo también.
- Cuando veo lo que hacen algunas personas gracias a su talento y/o a unas habilidades extraordinarias pienso: “¡El mundo es fascinante!”
- Cuando veo el talento y/o las habilidades extraordinarias de algunas personas, ya sea en el arte, en el deporte o en la ciencia, raramente siento mucho respeto hacia ellas.
- Cuando veo a personas que hacen algo de manera excelente manifestando unas habilidades extraordinarias, quiero seguir su ejemplo, desarrollar mis propias habilidades y hacer las cosas de manera excelente.
- Cuando una persona hace algo realmente excelente, ya sea un trabajo artístico o intelectual, pocas veces me entran ganas de expresarle mi reconocimiento y admiración.
- La dejadez o la cutrez de algunas personas a la hora de hacer las cosas no me molesta demasiado.
- Cuando aprecio el talento de algunos músicos, de algunos deportistas o científicos me siento muy vivo/a, lleno/a de energía.
- Me gusta mucho rodearme de gente que tiene talento o unas habilidades extraordinarias.
- Cuando veo a un músico que interpreta una pieza con virtuosismo, o un deportista que ejecuta una maniobra imposible, me siento entusiasmado/a.
- Al apreciar el talento y/o las habilidades extraordinarias de personas como pintores o acróbatas, me siento sobrecogido/a.
- Pocas veces, cuando veo a personas con un talento especial haciendo cosas de manera excelente, como por ejemplo un trabajo muy bien hecho, siento mucha admiración.
- Cuanto contemplo a una persona que tiene un talento excepcional haciendo algo increíble (desde tocar un instrumento, a realizar un experimento, a hacer una acrobacia imposible, etc.) tengo ganas de contárselo a todo el mundo.
- La habilidad de algunas personas al hacer las cosas, como artistas, deportistas o científicos no suele producirme mucho asombro.
- Cuando veo el gran talento y/o las habilidades extraordinarias de una persona, pocas veces siento una especie de vínculo emocional hacia ella, cierto afecto o simpatía.
- Cuando contemplo acciones o hechos en los que se manifiestan un gran talento y/o habilidades extraordinarias, como la obra maestra de un artista, o un gran descubrimiento científico, me siento inspirado/a.
- Cuando contemplo a una persona haciendo algo difícilísimo de manera perfecta me dan escalofríos/s, o se me pone la piel de gallina, o me entran ganas de llorar, o siento un nudo en la garganta.

## **Escala de Apreciación de la Belleza y la Excelencia (EABE)**

Queremos saber cuál es su experiencia interior cuando percibe la belleza, la excelencia moral (bondad y virtudes) y la excelencia no moral (talentos y habilidades extraordinarias) en alguna de sus manifestaciones. No le estamos preguntando qué considera usted que es bello o excelente sino qué le sucede, qué experimenta cuando percibe algo que para usted es bello o excelente.

Cuando nos referimos a la belleza ésta puede ser relativa a la belleza de la naturaleza (p. ej., de sus paisajes, colores, plantas, animales, etc.), del arte (p. ej., de la pintura, la escultura, la literatura, la fotografía, la arquitectura, la música, la danza, etc.), de las relaciones humanas o con otros seres vivos, de las ideas, de la vida o de otros aspectos a los cuales podemos asignar dicha cualidad. Con la excelencia moral hacemos referencia a la bondad moral y a las virtudes de las personas, tales como la capacidad de amar, el sacrificio por los demás, la compasión, la lealtad, el valor, la esperanza, la perseverancia, la generosidad, la fortaleza ante las situaciones difíciles, la amabilidad, el sentido del humor para hacer más llevaderas las situaciones difíciles, la modestia, etc. La excelencia no moral sería el talento y las habilidades extraordinarias de las personas en alguna actividad o ámbito, como la ciencia, el arte, el deporte entre otros. Tiene que ver con hacer algo difícil realmente bien, de manera sobresaliente, como por ejemplo, tocar perfectamente una pieza musical muy difícil, realizar un ejercicio deportivo complejo con mucha habilidad, hacer un trabajo intelectual realmente bien o llevar a cabo un trabajo artístico que refleja gran talento, entre otras posibles actividades.

A continuación le vamos a pedir que conteste a una serie de preguntas sobre su experiencia ante la belleza, la excelencia moral y la excelencia no moral. En el caso de las personas que manifiestan algún tipo de excelencia, usted las puede haber visto directamente, puede haber leído sobre ellas en el periódico, puede haberlas visto en TV, o pueden haberle hablado de ellas otras personas. No hay respuestas correctas ni incorrectas, ni tampoco mejores ni peores. Tan sólo nos interesa saber cómo es su experiencia y por ello es importante que sea totalmente sincero/a. Por favor, elija su grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones en una escala de 1 (Totalmente en desacuerdo) a 7 (Totalmente de acuerdo).

1. En comparación con otras personas, creo que me sucede más frecuentemente que siento mucha admiración ante las personas que tienen un talento especial.(ENM)
2. Cuando de alguna forma percibo la belleza de la vida experimento una gran paz interior.(B)
3. Cuando aprecio personas que manifiestan una generosidad o una bondad extraordinarias me invade una sensación de tranquilidad.(EM)
4. Cuando aprecio el talento de algunos músicos, de algunos deportistas o científicos me siento muy vivo/a, lleno/a de energía.(ENM)
5. Creo que me siento sobrecogido/a ante la belleza con más frecuencia que la mayoría de las personas.(B)
6. Cuando aprecio las cualidades positivas de algunas personas como, por ejemplo, una gran lealtad, coraje o compasión tiendo a experimentar sentimientos elevados.(EM)
7. Me gusta mucho rodearme de gente que tiene talento o unas habilidades extraordinarias.(ENM)
8. Soy una persona muy sensible a la belleza.(B)
9. Cuando veo a alguien haciendo algo bueno por los demás de manera altruista siento mucho agradecimiento.(EM)

## Tablas

*Tabla A1.1. Correlaciones observadas entre apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral y determinadas variables de la red nomológica, contrastes y prueba Z correspondiente (N = 329).*

Medida	Correlaciones observadas <i>r</i>			Pesos contraste			Z	<i>p</i> (cola derecha)
	B	EM	ENM	B	EM	ENM		
Subescala de la ABE (VIA-IS)	0.53	0.36	0.36	2	-1	-1	6.18	<.001
Implicación con la belleza total	0.80	0.52	0.55	2	-1	-1	13.50	<.001
Implicación con la belleza natural	0.73	0.41	0.43	2	-1	-1	13.28	<.001
Implicación con la belleza artística	0.72	0.42	0.51	2	-1	-1	11.12	<.001
Implicación con la belleza moral	0.42	0.57	0.39	-1	2	-1	6.35	<.001
Apertura a la estética	0.67	0.34	0.41	2	-1	-1	12.14	<.001
Autotrascendencia total	0.71	0.54	0.56	2	-1	-1	7.44	<.001
Olvido creativo de sí mismo	0.62	0.48	0.54	2	-1	-1	4.77	<.001
Identificación transpersonal	0.72	0.54	0.52	2	-1	-1	8.41	<.001
Aceptación espiritual	0.50	0.38	0.37	2	-1	-1	4.72	<.001
Apertura a la experiencia	0.66	0.36	0.45	2	-1	-1	10.57	<.001
Amabilidad	0.23	0.37	0.15	-1	2	-1	6.15	<.001
Necesidad de logro	0.13	0.18	0.22	-1	-1	2	2.19	0.014
Preocupación empática (Empatía)	0.38	0.55	0.27	-1	2	-1	8.40	<.001
Sensibilidad a los demás	0.24	0.47	0.31	-1	2	-1	7.02	<.001
Altruismo	0.29	0.49	0.27	-1	2	-1	7.69	<.001
Satisfacción con la vida	0.17	0.23	0.31	-1	-1	2	3.57	<.001
Propósito en la vida (PWS)	0.14	0.23	0.22	-2	1	1	2.74	0.003
Planes (Esperanza)	0.40	0.32	0.31	2	-1	-1	3.00	0.001
Deseabilidad social	0.20	0.27	0.15	-1	2	-1	3.23	0.001

*Tabla A1.2. Patrón de correlaciones predichas y observadas entre apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral, y las variables de la red nomológica.*

Medida	Correlaciones predichas			Correlaciones observadas		
	B	EM	ENM	B	EM	ENM
Subescala de la ABE (VIA-IS)	0.67	0.56	0.20	0.53	0.36	0.36
Implicación con la belleza total	0.64	0.57	0.20	0.80	0.52	0.55
Implicación con la belleza natural	0.63	0.55	0.20	0.73	0.41	0.43
Implicación con la belleza artística	0.64	0.53	0.20	0.72	0.42	0.51
Implicación con la belleza moral	0.53	0.64	0.20	0.42	0.57	0.39
Apertura a la estética	0.58	0.20	0.20	0.67	0.34	0.41
Auto-trascendencia total	0.47	0.32	0.25	0.71	0.54	0.56
Olvido creativo de sí mismo	0.44	0.33	0.36	0.62	0.48	0.54
Identificación transpersonal	0.50	0.40	0.30	0.72	0.54	0.52
Aceptación espiritual	0.33	0.21	0.10	0.50	0.38	0.37
Apertura a la experiencia	0.55	0.48	0.20	0.66	0.36	0.45
Amabilidad	0.34	0.50	0.39	0.23	0.37	0.15
Neuroticismo	-0.10	-0.10	-0.10	-0.18	-0.17	-0.19
Extraversión	0.05	0.10	0.05	0.16	0.20	0.22
Responsabilidad	0.15	0.33	0.37	0.16	0.18	0.22
Necesidad de logro	0.15	0.30	0.50	0.13	0.18	0.22
Preocupación empática (Empatía)	0.20	0.30	0.21	0.38	0.55	0.27
Toma de perspectiva (Empatía )	0.30	0.15	0.11	0.34	0.31	0.34
Sensibilidad a los demás	0.20	0.38	0.25	0.24	0.47	0.31
Confianza	0.20	0.50	0.28	0.25	0.27	0.23
Altruismo	0.15	0.35	0.20	0.29	0.49	0.27
Materialismo	-0.20	-0.14	-0.10	-0.13	-0.08	0.03
Envidia	-0.15	-0.15	-0.20	-0.19	-0.16	-0.13
Satisfacción con la vida	0.20	0.15	0.10	0.17	0.23	0.31
Emociones positivas	0.30	0.30	0.14	0.18	0.22	0.21
Depresión	-0.11	-0.10	-0.05	-0.12	-0.10	-0.09
Ansiedad	-0.20	-0.10	-0.09	-0.15	-0.12	-0.16
Vitalidad	0.22	0.20	0.30	0.24	0.31	0.28
Crecimiento personal (PWS)	0.15	0.30	0.30	0.24	0.30	0.28
Propósito en la vida (PWS)	0.15	0.29	0.25	0.14	0.23	0.22
Propósito en la vida (PIL)	0.25	0.15	0.15	0.23	0.28	0.27
Agencia (Esperanza)	0.15	0.30	0.10	0.25	0.27	0.32
Vías (Esperanza)	0.11	0.16	0.11	0.40	0.32	0.31
Diversión	0.00	0.00	0.00	-0.06	0.06	0.09
Búsqueda de emociones	0.00	0.00	0.00	-0.01	-0.06	0.11
Deseabilidad social	0.00	0.10	0.00	0.20	0.27	0.15

*Nota.* Las correlaciones esperadas la mediana de las correlaciones asignadas por los tres evaluadores.

Tabla A1.3. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza explicada por los cinco grandes en apreciación de la belleza, apreciación de la excelencia moral y apreciación de la excelencia no moral ( $N = 333$ ).

VD	Predictor	$b$	$SE(b)$	$B$	$Aj. R^2$	$r$ semi-parcial	$r$ orden cero
B					.231***		
	Neuroticismo	.034	.101	.018		.016	-.101*
	Extraversión	.054	.112	.025		.024	.136**
	Apertura	1.046	.112	.471***		.449***	.467***
	Responsabilidad	.288	.099	.147**		.139**	.107*
EM	Amabilidad	.100	.129	.040		.038	.151**
					.131***		
	Neuroticismo	.014	.099	.008		.007	-.131**
	Extraversión	.142	.111	.069		.066	.161**
	Apertura	.442	.110	.215***		.205***	.252***
ENM	Responsabilidad	.254	.098	.140*		.133*	.160**
	Amabilidad	.482	.127	.207***		.195***	.279***
					.135***		
	Neuroticismo	-.060	.096	-.035		-.032	-.147**
	Extraversión	.218	.107	.110*		.104*	.196***
	Apertura	.592	.107	.297***		.283***	.300***
	Responsabilidad	.336	.094	.192**		.182**	.181***
	Amabilidad	-.059	.122	-.026		-.025	.088

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente.  $Aj. R^2 = R^2$  ajustado. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.



Tabla A1.4. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por la subescala de ABE (VIA-IS) de variables de bienestar ( $N = 329$ ).

VD	Predictor	$b$	$SE$	$\beta$	$r$ semi-parcial	$r$ orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	$F$ Cambio( $gl_1, gl_2$ )
<i>Crecimiento personal</i>									
1	ABE (VIA)	.144	.059	.134*			.015	.018	6.021(1,327)*
2	ABE (VIA)	.089	.064	.084	.075	.134**	.047	.041	4.689(3,324)**
	B	-.042	.046	-.067	-.049	.129*			
	EM	.114	.050	.172**	.124**	.218***			
	ENM	.068	.050	.098	.073	.192***			
<i>Planes (Esperanza)</i>									
1	ABE (VIA)	.238	.077	.169**			.026	.029	9.62(1,327)**
2	ABE (VIA)	.052	.082	.037	.033	.169**	.095	.078	9.37(3,324)***
	B	.154	.059	.189*	.136*	.303***			
	EM	.085	.064	.096	.069	.264***			
	ENM	.063	.065	.069	.051	.249***			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente. Aj.  $R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.

Tabla A1.5. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por la subescala de ABE (VIA-IS) en variables de prosocialidad (N = 333).

VD	Predictor	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>r</i> semi-parcial	<i>r</i> orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	<i>F</i> Cambio ( $gl_1, gl_2$ )
<i>Altruismo</i>									
1	ABE (VIA)	.139	.037	.200***			.037	.040	13.832(1,331)***
2	ABE (VIA)	.069	.039	.100†	.090	.200***	.151	.121	15.817(3,328)***
	B	.001	.028	.002	.002	.248***			
	EM	.172	.030	.398***	.287***	.389***			
	ENM	-.029	.031	-.064	-.047	.216***			
<i>Confianza</i>									
1	ABE (VIA)	.138	.048	.155**			.021	.024	8.141(1,331)**
2	ABE (VIA)	.076	.053	.085	.076	.155**	.049	.036	4.229(3,328)**
	B	.022	.038	.043	.031	.184***			
	EM	.098	.041	.175*	.126*	.225***			
	ENM	-.001	.042	-.002	-.001	.158***			
<i>Sensibilidad a los demás</i>									
1	ABE (VIA)	.121	.031	.207***			.040	.043	14.873(1,331)***
2	ABE (VIA)	.088	.033	.151**	.136**	.207***	.123	.091	11.464(3,328)***
	B	-.026	.024	-.077	-.055	.170**			
	EM	.142	.026	.391***	.282***	.331***			
	ENM	-.035	.026	-.094	-.069	.151**			
<i>Toma de perspectiva</i>									
1	ABE (VIA)	.249	.050	.263***			.066	.069	24.63(1,331)***
2	ABE (VIA)	.177	.055	.187**	.168**	.263***	.102	.044	5.39(3,328)**
	B	.012	.040	.021	.015	.238***			
	EM	.075	.043	.128	.092	.260***			
	ENM	.063	.043	.103	.076	.249***			

Tabla A1.5. (cont.)

<i>Preocupación empática</i>									
1	ABE (VIA)	.191	.042	.243***			.056	.059	20.74(1,331)***
2	ABE (VIA)	.120	.043	.153**	.138**	.243***	.179	.130	17.46(3,328)***
	B	.000	.031	.001	.001	.249***			
	EM	.218	.034	.445***	.321***	.398***			
	ENM	-.075	.034	-.148*	-.109*	.176*			
<i>Materialismo</i>									
1	ABE (VIA)	-.130	.057	-.124*			.012	.015	5.167(1,331)*
2	ABE (VIA)	-.108	.063	-.103	-.193	-.124*	.028	.024	2.714(3,328)*
	B	-.075	.046	-.125	-.090	-.102*			
	EM	-.050	.049	-.077	-.055	-.059			
	ENM	.133	.050	.197**	.145**	.047			

Nota.  $f < .10$ ,  $*p < .01$ ,  $**p < .01$ ,  $***p < .001$ . VD = Variable dependiente.  $Aj.R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.

*Table A1.6. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por deseabilidad social en variables de bienestar.*

VD	Predictor	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>r</i> semi-parcial	<i>r</i> orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	<i>F</i> Cambio ( $gl_1, gl_2$ )
<i>Satisfacción con la vida (N = 344)</i>									
1	DS	1.793	.386	.243***			.056	.059	21.537(1,342)***
2	DS	1.567	.390	.213***	.206	.243***	.097	.049	6.164(3,339)***
	B	-.088	.061	-.100	-.074	.119*			
	EM	.101	.069	.108	.075	.220***			
	ENM	.190	.069	.193**	.141**	.230***			
<i>Vitalidad (N = 333)</i>									
1	DS	.530	.151	.190***			.033	.036	12.336(1,331)**
2	DS	.425	.152	.152**	.147**	.190***	.075	.051	6.061(3,328)**
	B	-.020	.024	-.061	-.045	.139**			
	EM	.044	.027	.123	.086	.227***			
	ENM	.063	.027	.168*	.124*	.228***			
<i>Crecimiento personal (N = 333)</i>									
1	DS	.837	.276	.165**			.024	.027	9.218(1,331)**
2	DS	.608	.279	.120*	.116*	.165**	.063	.047	5.516(3,328)**
	B	-.020	.043	-.033	-.025	.148**			
	EM	.110	.049	.170*	.119*	.237***			
	ENM	.065	.049	.095	.070	.197***			
<i>Propósito en la vida (PWS) (N = 333)</i>									
1	DS	.961	.282	.184**			.034	.031	11.652(1,331)**
2	DS	.851	.287	.163**	.158**	.184***	.066	.054	3.711(3,328)*
	B	-.080	.045	-.128	-.096	.056**			
	EM	.076	.051	.114	.080	.166***			
	ENM	.103	.051	.147*	.108*	.169***			
<i>Propósito en la vida (PIL) (N = 333)</i>									
1	DS	1.150	.265	.232***			.051	.054	18.879(1,331)***
2	DS	.996	.268	.201***	.195***	.232***	.084	.041	5.001(3,328)**
	B	-.033	.042	-.056	-.042	.134**			
	EM	.058	.047	.092	.065	.211***			
	ENM	.112	.047	.169*	.124*	.217***			
<i>Determinación (Esperanza) (N = 333)</i>									
1	DS	1.841	.406	.242***			.056	.059	20.623(1,331)***
2	DS	1.573	.408	.207***	.200***	.242***	.101	.054	6.603(3,328)***
	B	-.017	.063	-.018	-.014	.174**			
	EM	.066	.072	.069	.048	.230***			
	ENM	.200	.072	.196**	.145**	.252***			

Tabla A1.6 (cont.)

<i>Planes (Esperanza) (N = 333)</i>									
1	DS	1.173	.363	.175**			.028	.030	10.413(1,331)**
2	DS	.771	.360	.115*	.111*	.175**	.106	.086	10.645(3,328)***
	B	.159	.056	.197**	.147**	.303***			
	EM	.062	.063	.073	.051	.267***			
	ENM	.064	.063	.071	.052	.244***			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente. Aj. $R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.

Tabla A1.7. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por deseabilidad social en variables de prosocialidad.

VD	Predictor	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>r</i> semi-parcial	<i>r</i> orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	<i>F</i> Cambio ( $gl_1, gl_2$ )
<i>Altruismo (N = 333)</i>									
1	DS	1.156	.170	.349***			.119	.122	45.433(1,331)***
2	DS	.906	.166	.274***	.266***	.349***	.215	.102	14.401(3,328)***
	B	.008	.026	.020	.015	.248***			
	EM	.148	.030	.342***	.243***	.389***			
	ENM	-.019	.030	-.043	-.031	.216***			
<i>Confianza (N = 333)</i>									
1	DS	.997	.227	.234***			.052	.055	19.222(1,331)***
2	DS	.814	.231	.191***	.186***	.234***	.078	.034	4.103(3,328)**
	B	.032	.036	.061	.046	.184***			
	EM	.076	.041	.137*	.097*	.225***			
	ENM	.008	.041	.014	.010	.158**			
<i>Sensibilidad a los demás (N = 333)</i>									
1	DS	.645	.149	.232***			.051	.054	18.779(1,331)***
2	DS	.458	.147	.165**	.160**	.232***	.130	.087	11.090(3,328)***
	B	-.010	.023	-.030	-.023	.170**			
	EM	.131	.026	.361***	.257***	.331***			
	ENM	-.029	.026	-.078	-.057	.151**			
<i>Toma de perspectiva (N = 344)</i>									
1	DS	1.407	.232	.312***			.095	.097	36.919(1,342)***
2	DS	1.191	.234	.264***	.256***	.312***	.136	.049	6.466(3,339)***
	B	.056	.037	.103	.076	.248***			
	EM	.045	.041	.079	.055	.258***			
	ENM	.049	.041	.080	.059	.222***			
<i>Preocupación empática (N = 344)</i>									
1	DS	.688	.205	.179**			.029	.032	11.287(1,342)**
2	DS	.310	.196	.081	.078	.179***	.167	.145	19.890(3,339)***
	B	.038	.031	.083	.062	.271***			
	EM	.206	.035	.425***	.294***	.393***			
	ENM	-.083	.035	-.161**	-.118**	.169**			

Tabla A1.7. (cont.)

<i>Materialismo (N = 333)</i>									
1	DS	-1.391	.264	-.279***			.075	.078	27.843(1,331)***
2	DS	-1.347	.269	-.270***	-.262***	-	.088	.022	2.632(3,328)†
						.279***			
	B	-.087	.042	-.144*	-.109*	-.102*			
	EM	-.014	.048	-.021	-.015	-.059			
	ENM	.118	.048	.176*	.129*	.047			

† $p = .05$ , \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente. Aj. $R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.

Tabla A1.8. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por emociones positivas en variables de bienestar.

VD	Predictor	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>r</i> semi-parcial	<i>r</i> orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	<i>F</i> Cambio ( $gl_1, gl_2$ )
<i>Satisfacción con la vida (N = 333)</i>									
1	EP	.458	.101	.241***			.055	.058	20.460(1,331)***
2	EP	.396	.100	.209***	.206***	.241***	.100	.053	6.521(3,328)***
	B	-.111	.062	-.124	-.094	.093*			
	EM	.115	.070	.118	.085	.205***			
	ENM	.204	.071	.203**	.149**	.237***			
<i>Vitalidad (N = 329)</i>									
1	EP	.270	.037	.377***			.140	.142	54.222(1,327)***
2	EP	.244	.036	.341***	.335***	.377***	.181	.048	6.456(3,324)***
	B	-.022	.022	-.066	-.050	.150**			
	EM	.055	.025	.150*	.108*	.253***			
	ENM	.053	.026	.139*	.102*	.246***			
<i>Crecimiento personal (N = 329)</i>									
1	EP	.405	.068	.311***			.094	.097	35.029(1,327)***
2	EP	.365	.069	.281***	.276***	.311***	.119	.033	4.074(3,324)**
	B	-.029	.042	-.046	-.035	.129**			
	EM	.098	.048	.147*	.106*	.218***			
	ENM	.058	.049	.084	.062	.192***			
<i>Propósito en la vida (PWS) (N = 329)</i>									
1	EP	.322	.072	.241***			.055	.058	20.142(1,327)***
2	EP	.289	.072	.216***	.213***	.241***	.080	.034	3.985(3,324)**
	B	-.079	.044	-.125	-.095	.061			
	EM	.094	.050	.138	.099	.179**			
	ENM	.091	.051	.128	.094	.175**			
<i>Propósito en la vida (PIL) (N = 329)</i>									
1	EP	.485	.065	.383***			.144	.147	56.270(1,327)***
2	EP	.444	.064	.351***	.345***	.383***	.176	.040	5.266(3,324)**
	B	-.036	.040	-.059	-.045	.141**			
	EM	.077	.045	.119	.086	.230***			
	ENM	.095	.046	.141*	.104*	.234***			



Tabla A1.8. (cont.)

<i>Determinación (Esperanza) (N = 329)</i>									
1	EP	.570	.103	.292***			.083	.086	30.589(1,327)***
2	EP	.498	.102	.256***	.252***	.292***	.124	.049	6.107(3,324)***
	B	-.021	.063	-.022	-.017	.164**			
	EM	.082	.072	.082	.059	.222***			
	ENM	.183	.072	.177*	.131*	.254***			
<i>Planes (Esperanza) (N = 329)</i>									
1	EP	.576	.089	.336***			.110	.113	41.611(1,327)***
2	EP	.498	.087	.291***	.286***	.336***	.177	.074	9.822(3,324)***
	B	.156	.054	.192**	.145**	.303***			
	EM	.060	.061	.068	.049	.264***			
	ENM	.048	.062	.053	.039	.249***			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente.  $Aj.R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas

Tabla A1.9. Coeficientes de regresión, correlaciones de orden cero y semi-parciales, y varianza predicha por la EABE más allá de la predicha por emociones positivas en variables de prosocialidad. (N = 333).

VD	Predictor	B	SE	$\beta$	<i>r</i> semi-parcial	<i>r</i> orden cero	Aj. $R^2$	$\Delta R^2$	F Cambio ( $gl_1, gl_2$ )
<i>Altruismo</i>									
1	EP	.307	.043	.363**			.129	.132	50.383(1,331)***
2	EP	.263	.041	.311***	.333***	.363***	.238	.115	16.748(3,328)***
	B	.011	.025	.028	.024	.248***			
	EM	.161	.029	.372***	.295***	.389***			
	ENM	-.036	.029	-.080	-.068	.216***			
<i>Confianza</i>									
1	EP	.348	.057	.320***			.100	.102	37.793(1,331)***
2	EP	.315	.057	.290***	.320***	.320***	.125	.033	4.215(3,328)**
	B	.033	.035	.064	.184	.184***			
	EM	.084	.040	.151*	.225*	.225***			
	ENM	-.010	.040	-.017	.158	.158**			
<i>Sensibilidad a los demás</i>									
1	EP	.088	.039	.124*			.012	.015	5.152(1,331)*
2	EP	.055	.037	.078	.076	.124*	.110	.106	13.153(3,328)***
	B	-.007	.023	-.021	-.016	.170**			
	EM	.142	.026	.390***	.280***	.331***			
	ENM	-.035	.026	-.093	-.069	.151**			

Tabla A1.9. (cont.)

<i>Toma de perspectiva</i>									
1	EP	.230	.062	.199***			.037	.040	13.661(1,331)***
2	EP	.176	.061	.153**	.151**	.199***	.096	.068	8.295(3,328)***
	B	.048	.038	.087	.066	.238***			
	EM	.071	.043	.120	.087	.260***			
	ENM	.061	.043	.100	.073	.249***			
<i>Preocupación empática</i>									
1	EP	.179	.052	.187**			.032	.035	12.023(1,331)**
2	EP	.126	.048	.131*	.129*	.187***	.176	.151	20.324(3,328)***
	B	.025	.030	.055	.041	.249***			
	EM	.215	.034	.439***	.316***	.398***			
	ENM	-.077	.034	-.151*	-.111*	.176**			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Nota. VD = Variable dependiente. Aj.  $R^2 = R^2$  ajustada.  $\Delta R^2$  está calculado con las  $R^2$  no ajustadas. Las correlaciones no están ajustadas por las diferencias en la fiabilidad de las escalas.



## Apéndice 2

### Cartel anuncio investigación



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
DEPARTAMENTO DE PERSONALIDAD, EVALUACIÓN Y TRATAMIENTOS  
PSICOLÓGICOS I

---

## ¿Interesado/a en la psicología positiva?

Soy una estudiante de doctorado de la Universidad Complutense de Madrid interesada en intervenciones para mejorar el bienestar. Me gustaría averiguar si es posible cultivar una serie de actitudes hacia el entorno en personas que asisten a un taller online de 3 semanas. Este taller requerirá sólo 5-10 minutos al día. Al ser online todo se hará desde casa con mucha flexibilidad de horario.

Aquellas personas que participen recibirán, si lo desean, un curso online práctico de un día sobre técnicas y ejercicios para mejorar el bienestar, una vez finalizado este estudio, como muestra de agradecimiento por su participación.

Si te gustaría participar en este novedoso estudio y recibir más información, te invito a ponerte en contacto conmigo.



[maui.martinez@psi.ucm.es](mailto:maui.martinez@psi.ucm.es)

¡Muchas gracias por tu interés!

María Luisa Martínez Martí

## Información del estudio



### UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Departamento de Personalidad, Evaluación y tratamientos psicológicos I

## Información de la investigación

---

### **Título: La influencia de dos intervenciones positivas en las actitudes individuales hacia el entorno**

Las intervenciones en psicología positiva tienen como objetivo mejorar el bienestar y desarrollar las fortalezas de las personas. Se caracterizan por centrarse directamente en cultivar aquellos aspectos más positivos del ser humano, y no tanto en corregir los puntos débiles.

En esta investigación vamos a evaluar si dos intervenciones positivas son capaces de cultivar ciertas actitudes positivas hacia el entorno. Una de las intervenciones está más centrada en el entorno físico, mientras que la otra está más centrada en el entorno social. Los participantes serán asignados a una de las dos intervenciones al azar. No obstante, una vez terminadas las intervenciones, aquellos que lo deseen podrán participar en la otra intervención.

Por esta razón, invitamos a aquellas personas interesadas a participar en un taller online de 3 semanas para cultivar actitudes positivas hacia el entorno. Al ser online se puede hacer desde casa y tiene un horario muy flexible. El investigador asignará unos ejercicios sencillos para que los participantes hagan, generalmente al final del día, cada día durante 3 semanas. El tiempo que conlleva hacer estos ejercicios varía entre 5 y 15 minutos al día.

Asimismo, antes y después del taller de 3 semanas, y 1 mes después de haber finalizado el taller, se pedirá a los participantes que contesten a una serie de preguntas, lo cual llevará aproximadamente 10 minutos. Estas preguntas recogerán información sobre ciertas actitudes y estado de ánimo.

### **Confidencialidad/Aspectos éticos**

Toda la información recogida en la investigación será confidencial y se usará de manera anónima únicamente para los fines de la investigación. Cuando los resultados se presenten en congresos o en revistas científicas, siempre se presentarán en términos de grupos de personas. Si se presentara algún dato individual se haría siempre de manera anónima y de manera que no fuera posible de ninguna manera identificar a la persona. Esta investigación respeta las pautas sobre ética profesional del Colegio Oficial de Psicólogos.

### **Participación/Fin de la participación**

Se le pedirá que firme un consentimiento informado antes de empezar la investigación. Podrá terminar su participación en el estudio en cualquier momento sin tener que dar explicaciones.

**María Luisa Martínez Martí**  
Doctoranda

**María Dolores Avia y María José Hernández Lloreda**  
Profesoras de la Facultad de Psicología y supervisoras de la investigación

## Transcripción vídeos intervención en apreciación de la belleza

### Sesión 1:

Bienvenidos a todos y todas a este taller que forma parte de la investigación que estoy llevando a cabo. Tengo una enorme alegría porque participáis en este estudio personas de diversos países del continente americano y de distintas provincias de España. Contamos para este estudio con hombres y mujeres de distintas edades y con diferentes ocupaciones. Esta variedad es sin duda muy enriquecedora por la pluralidad de puntos de vista y experiencias que se pueden dar. Antes de comenzar, quiero también expresar mi agradecimiento a todos y todas porque sin vuestra participación esta investigación no sería posible.

Como sabéis, este estudio se enmarca dentro de la psicología positiva, que es la ciencia que se centra en los aspectos positivos del ser humano y en las cosas que hacen que la vida merezca la pena. Así, la psicología positiva estudia la felicidad, pero también el altruismo, las relaciones positivas con los demás, las virtudes y fortalezas, o el sentido, por poner algunos ejemplos del tipo de aspectos del ser humano que estudia.

El ser humano no es un ente aislado del mundo sino que vive en un entorno con el cual interactúa, recibiendo de él a la vez que lo modifica. Y tan importante es el entorno real que nos rodea, como la forma en que nosotros lo percibimos o interpretamos. Cómo experimentamos nuestra vida dependerá en parte de a qué aspectos del entorno prestamos más atención.

En este estudio nos vamos a centrar en un aspecto de nuestro entorno que muchas veces pasa desapercibido: la belleza.

Lo que se considera bello ha variado a lo largo de la historia. Aunque pueda haber pautas comunes, depende en gran medida de la época y de la cultura. La belleza nunca ha sido algo inmutable. Asimismo, distintos modelos de belleza coexisten en una misma época y algunos se remiten unos a otros a través de épocas distintas.

Así, lo que se considera bello se mueve entre el polo de lo subjetivo (la belleza está en la persona que la percibe) a lo objetivo (la belleza está en el objeto).

La belleza también se ha movido a lo largo de un continuo entre lo visible y lo invisible, del polo de los sentidos al polo de la razón, entre la sensibilidad inmediata y el pensamiento puro. Así la belleza ha pertenecido al ámbito de lo físico, pero también de lo intelectual, o de lo moral.

Asimismo, el lugar en donde se podría encontrar la belleza también ha variado. En determinados periodos históricos, ésta se podía encontrar únicamente en la humanidad, en otros periodos se consideraba que la belleza pertenecía al ámbito del arte; en otros momentos, ésta estaba en la naturaleza, o también ésta pertenecía exclusivamente a lo divino.

Me gustaría poner algunos ejemplos de aspectos que se han considerado bellos a lo largo de la Historia. Algunos han considerado bella la fuerza, la grandeza, o lo sublime. En la Antigüedad prevalecía la idea de la belleza como armonía, al orden, la proporción, la simetría. En la Edad Media se daba más importancia a determinados colores y a la luz, como elementos definitorios de lo bello. También se ha definido la belleza como la unidad que subyace a la variedad, o como simplicidad, o como el resplandor de la esencia de las cosas. También se ha dicho que la belleza era la expresión del bien, la verdad, la virtud, o la perfección. Algunos han considerado bello lo sorprendente, o lo variado. Otros han equiparado la belleza con la libertad o la vida. Para otros como Burke por ejemplo, las características de la belleza eran la regularidad, la uniformidad, la pequeñez, la lisura, la variación gradual, la delicadeza, la pureza, la claridad

del color, la gracia y la elegancia. En otras épocas hasta lo informe, lo caótico, o lo raro, eran elementos de la belleza. Finalmente, otros han visto en la experiencia de la belleza una revelación del secreto de la vida, o una simbiosis simbólica entre el Yo y el universo, algo así como una especie de identificación entre el que percibe y aquello que es percibido.

No obstante, a pesar de que el énfasis de lo que se consideraba bello ha variado, en lo que sí parece haber acuerdo es en que hablamos de belleza cuando disfrutamos de algo por lo que es en sí mismo. La belleza es desinteresada, en el sentido de que apreciar la belleza es una finalidad en sí misma, no es un medio para conseguir algo más. El sentimiento de lo bello difiere del deseo de posesión, de los celos o la envidia. Como dice el filósofo Umberto Eco, sólo se podrá contemplar la belleza cuando se haya aplacado el deseo.

En definitiva, lo que podemos concluir es que lo bello parece resultar de una interacción entre el objeto que percibimos, la persona que percibe y la situación en la que nos encontramos. Dependiendo del contexto en el que estemos será más fácil o más difícil que percibamos la belleza.

Visto esto, uno se puede sentir abrumado o incómodo por el hecho de que la belleza es algo vago, difícil de definir, por no decir imposible. Sin embargo, a pesar de que la belleza es inefable, es decir, es algo que no se puede definir o explicar con palabras, un fenómeno que no se puede explicar de manera racional, todos sabemos reconocer la belleza, sabemos de manera intuitiva pero con gran certeza cuando algo es bello para nosotros.

En cualquier caso, en este estudio el interés no va a centrarse en las características de lo bello, sino que más bien se va a centrar en cómo la belleza nos afecta a cada uno de nosotros: cómo nos sentimos cuando vemos algo que para nosotros es hermoso, ¿nos cambia como personas percibir la belleza? ¿Qué papel tiene la belleza en nuestras vidas? Si es que tiene alguno... A lo mejor no le hacemos caso.

Os voy a poner un vídeo muy cortito para ilustrar la idea de que la belleza está a nuestro alrededor, se puede encontrar incluso en donde menos lo esperaríamos, y puede tener un efecto sobre nosotros si estamos abiertos a ella. El vídeo es un extracto de la película *American Beauty*, del año 99, del director Sam Mendes. En la escena vemos un chico y una chica que son amigos y él, en un momento de mucha intimidad, decide enseñarle a ella lo más bonito que jamás ha visto. Para ver el vídeo simplemente haz click en el siguiente vídeo que aparece en la página web, a continuación de este que acabas de ver. Vídeo *American Beauty*: <http://youtu.be/3GhpmaH27Xg>

Bien, ahora me gustaría pedirlos que hagáis un ejercicio sencillo. Me gustaría que cerrarais los ojos y que recordéis una vez en la que apreciasteis algo que para vosotros era muy bonito. No tiene por qué ser una experiencia tan intensa o reveladora como la del vídeo que acabamos de ver. Una vez hayas recordado la situación, me gustaría que la visualizaras con tanto detalle como te sea posible para tratar de revivirlo. En dónde estabas...qué había a tu alrededor...estabas solo o acompañado de alguien...qué era eso tan hermoso...era algo que viste o tal vez algo que escuchaste....cómo era...cómo te sentías...pensaste algo...qué hiciste...Bien, ahora me gustaría que abrieras los ojos y que escribieras en el espacio provisto para ello en la página web una descripción de la situación y de tu experiencia. Para ello, me gustaría que intentaras contestar a estos 3 puntos. Si alguno te resulta muy difícil o no se te ocurre una respuesta no pasa nada: a) ¿Cómo te sentiste?, b) ¿Qué pensaste?, y c) En ese preciso momento, o tal vez después, ¿hiciste algo o te sentiste impulsado a hacer algo? Por favor, escribe tu respuesta haciendo click en el Ejercicio 1. Cuando hayas terminado, continúa con el siguiente vídeo, haciendo click sobre el vídeo 3.

Bien, con esto damos por terminada la sesión de hoy. Para el resto de la semana, te voy a pedir que por favor hagas los siguientes ejercicios:

Ejercicio “Crear un entorno de belleza”. A lo largo de esta semana, consiste en poner al menos una cosa que nos parezca hermosa en nuestro entorno, ya sea en nuestra casa o en nuestra oficina, en un lugar en donde podamos percibirla con facilidad. Este objeto puede ser, por ejemplo, una pintura, un dibujo, a una fotografía, un poema, una frase, una planta, un objeto, música, cualquier cosa que nos parezca bonita.

Ejercicio “Diario de Belleza”. Os voy a pedir que empecéis un Diario de Belleza. Este ejercicio consiste en hacer una lista de las cosas bellas que percibáis cada día durante el resto de la semana, describiendo la situación o el objeto, y reflexionar sobre vuestra experiencia, tratando de contestar a las siguientes preguntas: a) ¿Cómo te sentiste?, b) ¿Qué pensaste?, y c) En ese preciso momento, o tal vez después, ¿hiciste algo o te sentiste impulsado a hacer algo? Cualquier cosa, aunque aparentemente parezca insignificante valdría, mientras tú hayas percibido en ella la belleza, aunque fuera por un lapso muy corto de tiempo. Quizá te puede servir para acordarte, el hacer una foto de aquello que te ha parecido bonito, o anotar en un cuadernito que puedes llevar encima, pero es sólo una sugerencia. Entonces, para hacer el ejercicio, escribe cada día en el espacio provisto para ello en la página web. El primer día, que sería hoy mismo, dentro de la página web, haz click sobre la tarea llamada Diario de Belleza, Día 1, y escribe tu respuesta en el espacio que hay. Cuando finalices haz click en el botón donde pone “Terminado”. Al día siguiente, haz click sobre Diario de Belleza, Día 2, y sigue el mismo procedimiento.

Por último, ya que este es un curso online y desgraciadamente no podemos compartir nuestras experiencias en directo en grupo, he habilitado un foro en donde me gustaría que compartierais con el resto de los participantes al menos una de vuestras experiencias con la belleza. El tema de la belleza es algo muy personal y por lo tanto os voy a pedir que tengáis un grandísimo respeto con las opiniones y experiencias de los demás participantes. Creo que compartir estas experiencias tan únicas puede ayudarnos al resto a ampliar nuestra idea de lo que es la belleza y de los lugares en donde podemos encontrarla, lo que sería muy enriquecedor para el grupo.

Bueno, pues ya me despido por hoy. Si surgiera cualquier duda, por favor, no dudes en ponerte en contacto conmigo mediante correo electrónico. Dentro de una semana exactamente volveremos a tener otra sesión. Ese día, simplemente entra en la página web y podrás ver el vídeo. Muchas gracias por tu atención y que pases una buena semana.

## **Sesión 2:**

Durante esta semana pasada hemos estado dirigiendo nuestra atención hacia la belleza de nuestro entorno. ¿Creéis que por lo general nos damos cuenta de su presencia? Y si nos damos cuenta de que está ahí, ¿cuál es nuestra actitud frente a ella?

Os voy a poner un vídeo muy corto sobre un experimento que el periódico *The Washington Post* hizo en Washington en el año 2007. El objetivo del experimento era ver si la gente apreciaba la belleza en un contexto en el que uno no esperaría encontrarla. Joshua Bell, uno de los mejores violinistas del mundo, se puso a tocar el violín en el metro, de incógnito podíamos decir, con unos vaqueros y una gorra de béisbol, eso sí, con su Stradivarius, durante 43 minutos. ¿Qué creéis que pasó? Por favor, ved el siguiente vídeo, se llama “Vídeo Experimento Joshua Bell”. Vídeo: [http://youtu.be/hnOPu0\\_YWhw](http://youtu.be/hnOPu0_YWhw)



Bueno, como podéis ver, la mayor parte de la gente simplemente no le hizo caso. Curiosamente, 3 días antes había llenado la sala de conciertos de Boston, a 100 dólares la entrada. Si queréis podéis leer la noticia en el periódico El País:

[http://cultura.elpais.com/cultura/2007/04/09/actualidad/1176069601\\_850215.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2007/04/09/actualidad/1176069601_850215.html)

Aunque obviamente este experimento se puede interpretar de muchas maneras, nos hace pararnos a plantearnos si efectivamente la belleza está ahí y pasa desapercibida para nosotros, y también, el hecho de si cuando percibimos algo bello, nos paramos a apreciarlo o si por el contrario preferimos seguir nuestro camino, o seguir sumidos en nuestros pensamientos.

¿Qué actitud adoptamos frente a la belleza? El tipo de actitud que tengamos va a ser muy importante a la hora de facilitar o de dificultar la apreciación de la belleza.

Algunas condiciones que pueden entorpecer la apreciación de la belleza son: (\*aquí aparece una frase en la pantalla con cada punto. Al final se resume en una presentación ppt\*)

1. Vivir la vida con el piloto automático puesto, haciendo las cosas sin ser realmente conscientes de lo que estamos haciendo, sin darnos cuenta de lo que nos rodea, sumidos en nuestros pensamientos mientras la vida pasa. Por el contrario, prestar atención a lo que nos rodea en cada momento de una manera abierta, receptiva, sin juzgar o poner etiquetas a las cosas, sino apreciarlas por lo que son, facilitará que podamos apreciar la belleza. Por otro lado, mantener una actitud similar a la de un niño, que se maravilla con todo lo que ve, mantener la frescura del que ve las cosas por primera vez, también puede facilitar la apreciación de la belleza. Si uno mira las cosas con atención siempre descubre cosas nuevas.

2. Tener ideas preestablecidas de lo que es la belleza y de los lugares en donde únicamente podríamos encontrarla. Volviendo al ejemplo del metro. Quizá muchas de las personas que por allí pasaron no pensaban que podrían encontrar la belleza en el metro y por tanto ni siquiera prestaron atención o incluso quizá, sintieron un impulso inicial a escucharla pero entonces decidieron descartarla por pensar que una música tocada en el metro no podía ser bonita. Cuantas veces habremos dado la espalda a la belleza por pensar que no era adecuado apreciarla en ese lugar o por pensar que algo que nos parece bonito no debería serlo porque a la mayoría no se lo parece, negándole así su condición. Por el contrario, será más probable que apreciemos la belleza cuando mantenemos una actitud abierta y sin prejuicios con respecto al tipo de cosas que pueden ser bellas, a los lugares, o los momentos en los que podemos encontrar la belleza. Aquí creo que es importante prestar atención a las propias reacciones de uno. Como os comenté en la primera sesión, en el fondo, todos nosotros sabemos cuándo algo nos parece bello o no. Pero tenemos que escucharnos. A veces nos forzamos para que nos guste algo porque a la mayoría de la gente le parece bonito, o nos negamos a nosotros mismos que algo nos parece hermoso porque pensamos que la gente lo desaprobaba. Sin embargo, creo que es muy importante ser genuino en este sentido, y aceptar las cosas que nos parecen bellas a cada uno, así como reconocernos tranquilamente a nosotros mismos las que no nos gustan, por mucho que a la mayoría les encante.

3. Andar siempre con prisas. Uno de mis libros favoritos, Los Papalagi, que significa los hombres blancos, fue escrito por Tuiavi, un jefe samoano que viajó a Europa a principios del siglo XX. En este libro Tuiavi hace un análisis de la cultura occidental que nos permite contemplarnos desde fuera. Tuiavi dice: “los papalagi siempre tienen prisa, andan muy rápido de un lado a otro mirando al suelo, sin detenerse, para no perder el tiempo. Y es que perder el

tiempo es algo realmente trágico para los papalagi y les pone de muy mal humor.” Desde luego si las prisas imperan nuestra vida, difícilmente podremos apreciar la belleza. Por otro lado, si dedicamos tiempo a contemplar las cosas que nos rodean, la música que escuchamos, será mucho más probable que lleguemos a apreciar la belleza. La belleza es enemiga de las prisas, y a veces requiere su tiempo para llegar hasta nosotros.

4. Otra de las condiciones que pueden dificultar la apreciación de la belleza es estar estresado. Cuando estamos estresados, el foco de nuestra atención se estrecha, de manera que se hace más probable que no nos demos cuenta de muchas cosas. Por el contrario, cuando estamos relajados, el foco de nuestra atención se amplía y estamos más abiertos a lo que nos rodea.

5. Pensar que la belleza no es algo importante, que es algo superfluo. Recordando al chico de la película de American Beauty que vimos la semana pasada, uno se da cuenta de que la belleza no es algo superfluo, y que de hecho puede tener un papel muy importante en la vida de algunas personas. Cuando las cosas están mal, parece que centrarse en la belleza sería una banalidad. Sin embargo, puede que sea precisamente cuando uno no ve más que cosas negativas en el mundo que le rodea, cuando apreciar la belleza del mundo sea más necesario. Por el contrario, si reconocemos el valor de la belleza, le haremos un hueco en nuestra vida. Y cuanta más importancia le demos, mayor será el lugar que ocupa en nuestras vidas.

6. Otra actitud que puede dificultar la apreciación de la belleza es analizar de manera racional la belleza cuando la estamos percibiendo. Si cuando estamos frente a la belleza comenzamos a diseccionar racionalmente aquello que tenemos ante nosotros, a preguntarnos por su naturaleza, a tratar de comprender qué eso o qué sucede cuándo percibimos la belleza, así va a ser muy difícil que lleguemos realmente a experimentar la belleza. Como comentamos en la primera sesión, la belleza es algo que no se puede comprender de manera racional, sino que es una experiencia más intuitiva. Por el contrario, si prestamos atención, sin analizar racionalmente la situación, y nos dejamos llevar por aquello que estamos contemplando será más probable que apreciemos la belleza de las cosas.

Por lo tanto, aunque la apreciación de la belleza no es algo que podamos elegir cuándo y dónde sucederá, sí podemos fomentar las condiciones que harán más probable que lleguemos a apreciar la belleza. En resumen estas son: \* diapositiva resumen actitud\*

- Prestar atención a lo que nos rodea
- Tener una mentalidad abierta sobre cómo, cuándo y dónde podemos encontrar la belleza
- Dedicar tiempo a contemplar lo que nos rodea
- Estar relajado
- Dar importancia a la belleza
- Dejarse llevar sin analizar la situación

Os voy a poner un ejemplo de dos tipos de actitudes frente a la belleza. Para ello voy a utilizar la comparación que hace el místico zen Suzuki de dos poemas que reflejan la actitud de dos personas distintas ante una flor. El primer poema es del poeta inglés del siglo XIX Alfred Tennyson: \*diapositiva\*

Flor que estás en el muro agrietado,  
te arranco de tu grieta  
y te sostengo aquí en mi mano, con tus raíces y todo.  
pequeña flor, si yo fuera capaz de entender  
lo que eres, con tus raíces y todo,  
comprendería qué es Dios y qué es el hombre.

El segundo poema es un haiku escrito por Matsuo Basho, un místico zen y poeta japonés del siglo XVII: \* diapositiva\*

¡Si observo atentamente  
veo la nazuna en flor  
en la tapia!

(la nazuna es una flor silvestre, aparentemente modesta)

Por favor, lee atentamente los dos poemas y compara las dos actitudes: ¿Te parecen distintas? ¿Cuál te parece más racional y analítica? ¿Cuál es más intuitiva y contemplativa? Te doy unos instantes para que lo pienses. \*diapositiva con los dos poemas a la vez, uno al lado del otro. Dejar pasar unos segundos para que lo lean\*

Tennyson tiene una actitud racional, intenta entender qué es la belleza, es activo y violento. Quiere poseer la flor, la arranca, la somete a escrutinio, y se siente frustrado en su esfuerzo por entender.

En cambio, Basho es más intuitivo. Es pasivo, no arranca la flor, simplemente la contempla con una actitud de atención hacia la flor. Se siente asombrado ante una flor aparentemente normal: Basho es capaz de ver lo extraordinario en lo ordinario. Tal y como dice Suzuki: “Él (Basho) simplemente la mira (la flor). Está absorbido por ella. Siente algo en su mente, pero no lo expresa. Deja que un signo de exclamación diga todo lo que él quiere decir.”

Por el contrario, Tennyson “es activo y analítico. Arranca la planta del sitio en donde crece. La separa de la tierra a la que pertenece...no deja a la planta sola. Tiene que arrancarla del muro, raíces y todo, lo que implica que la planta debe morir. A él no le preocupa, evidentemente, su destino.”

Para Suzuki, Tennyson representa una actitud analítica, objetiva, basada en conceptos y esquemática, que necesita clasificar la realidad, mientras que Basho representa una actitud integradora, intuitiva y subjetiva. \* diapositiva preguntas sobre la propia actitud\*

Ahora, por favor, reflexiona unos instantes sobre el tipo de actitud que sueles tener hacia lo que te rodea:

- ¿Prestas atención a lo que te rodea, estás abierto y receptivo a tu entorno, o normalmente tienes el piloto automático puesto y no te enteras de lo que hay a tu alrededor?
- ¿Tienes ideas muy fijas de lo que puede ser bello o de dónde uno puede encontrar la belleza o por el contrario crees que la belleza puede aparecer en donde menos te lo esperas?
- ¿Vas siempre con prisas sin pararte a observar o a escuchar lo que te rodea o te paras a contemplar las cosas que te rodean?
- ¿Estás bajo mucho estrés o estás más bien relajado?
- ¿Crees que la belleza es importante o crees que es algo superfluo?

- ¿Tiendes a tratar de entender y a analizar las cosas bellas o simplemente te dejas llevar por la belleza?

¿Crees que se están dando las condiciones para que puedas apreciar la belleza? ¿Crees que hay algo que podría mejorarse?

Bueno, vamos a hacer ahora un ejercicio con el objetivo de cultivar una actitud estética, semejante a lo que os he comentado previamente. Este ejercicio dura 10 minutos y requiere toda tu atención, por lo que procura estar en un sitio tranquilo sin distracciones, sin teléfonos ni gente alrededor que pueda interrumpirte. A continuación te voy a mostrar una serie de imágenes a la vez que te iré dando unas instrucciones para simplemente observarlas con atención: \*Imagen en negro\*1 minuto

Ponte en una postura cómoda, relajada pero atenta. Vamos a dedicar estos minutos para centrar toda la atención en las imágenes que te voy a mostrar ahora. Si en algún momento te distraes, no pasa nada, es normal, simplemente vuelve a centrar tu atención en la imagen que tengas delante con mucha tranquilidad. Ahora respira profundamente, nota cómo tu pecho y tu vientre se llenan de aire y se deshinchon cuando espiras... y adopta una actitud de apertura y receptividad, no hagas nada, simplemente observa.

\*1ª imagen: cielo Zanzíbar, 3 minutos\*



Explora la imagen que tienes delante mientras sigues respirando tranquilamente. Fíjate en los colores del cielo, de las nubes, del mar, de la arena...fíjate dónde el color cambia de manera gradual...y en dónde hay un fuerte contraste...Observa cómo el sol, oculto tras las nubes, desprende sus rayos sobre la tierra....observa el brillo de la luz ...y las sombras...los reflejos de luz en las nubes, el mar y la arena mojada...el reflejo del cielo en la arena mojada... observa las dos aves en la arena ...fíjate en la línea del horizonte...y en la superficie del mar...tan plana...

\*2ª imagen: la margarita, 3 minutos\*



Ahora tenemos delante de nosotros una margarita. Fíjate en el contraste entre el fondo y la flor...observa los colores del fondo...del tallo...y de la flor...fíjate en el centro de la flor...la forma...y los distintos tonos de amarillo, más anaranjado o más verdoso...y fíjate como se ven numerosas bolitas diminutas, y cómo estas bolitas, a medida que van más hacia fuera, se van haciendo más grandes y ya en el extremos se abren, y aparece una diminuta florecilla, que parece como si tuviera una estrellita en el centro. Ahora dirige tu atención a los pétalos...observa los distintos todos de blanco y gris...dónde éstos son más luminosos y qué partes quedan a la sombra...observa su textura, las líneas que se dibujan en su superficie...observa la disposición de la flor, cómo se yergue sobre el fino tallo y se abre con sus pétalos....

\*3ª imagen: Paisaje nevado, 3 minutos\*



Ahora centra tu atención en este paisaje...observa los colores...las distintas tonalidades de azul...observa el cielo despejado, y a lo lejos, las nubes formando una línea horizontal....bajo las nubes, observa las montañas....las líneas que dibujan y cómo su color se aclara a medida que se alejan en la distancia, en donde se confunden con la niebla...presta atención a la nieve, a su superficie, cómo algunas partes son lisas y en otras se forman agujeros...mira cómo se forman

pequeños destellos en la nieve, que refleja la luz del sol...fíjate en el perfil de los árboles...observa la imagen en su totalidad y déjate llevar....Ahora por favor, céntrate en cómo te sientes....y poco a poco vamos terminando el ejercicio.

Bien, ahora os voy a explicar los ejercicios que tendréis que hacer esta semana. El primero, que se llama ejercicio de Atención a la belleza, consiste en repetir el ejercicio que acabamos de hacer pero con lo que vosotros elijáis, que puede ser cualquier objeto, imagen o lugar que os parezca bello. Para ello, podéis descargaros el archivo de audio que he colgado en la página web en el apartado de recursos. Este tipo de archivos se pueden descargar en el ordenador, pero también en un reproductor de mp3 o incluso en algunos teléfonos móviles. Podréis hacer este ejercicio en cualquier momento del día y en cualquier sitio. Al final del día, tendréis que describir brevemente con qué habéis hecho el ejercicio, en dónde y cómo te has sentido. Para ello, tendréis que acceder a la página web, elegir la tarea en donde pone Ejercicio de Atención día 1, y escribir en el espacio provisto para ello. Este ejercicio lo tendréis que hacer día sí, día no, alternando con el Diario de Belleza. Hoy tenéis que hacer el Diario de Belleza y mañana el ejercicio de Atención a la belleza. Planifica con tiempo cuándo crees que serán los mejores momentos para hacer el ejercicio de Atención a la Belleza durante esta semana y reserva ese momento para hacerlo.

Aparte de este ejercicio, esta semana tendréis que empezar a trabajar en vuestra Carpeta de belleza. Es una carpeta online que está en la página web. Cada uno de vosotros tiene una carpeta personal. En esta carpeta iréis metiendo aquellos objetos de especial relevancia para vosotros que representen lo que es bello para vosotros. Estos objetos os tienen que generar algún tipo de emoción positiva. Pueden ser fotografías, poemas, citas, dibujos, canciones, etc. Podéis hacer fotos de los objetos o lugares que os parezcan bellos y subir la fotografía en la carpeta como representación de estos objetos o lugares. Durante esta semana, pon al menos 3 objetos en tu Carpeta de Belleza. Al final de la semana escribe en la tarea llamada Carpeta de Belleza qué objetos has puesto y qué emociones positivas te despiertan cada uno de ellos. En el mismo ejercicio encontrarás las instrucciones.

Por último, continúa haciendo tu Diario de Belleza, pero ahora hazlo día sí, día no, alternando con el ejercicio de Atención a la Belleza. Además, sigue participando en el foro, compartiendo con los demás al menos una de tus experiencias con la belleza de esta semana. Bueno, pues esto es todo. Muchas gracias por vuestra atención y que tengáis una buena semana.

### **Sesión 3:**

Hola a todos, estas dos semanas anteriores hemos estado prestando especial atención a la belleza que nos rodea, y a cómo esta nos afecta. Además, hemos reflexionado sobre el tipo de condiciones que pueden favorecer o dificultar la apreciación de la belleza, y hemos empezado a cultivar una actitud estética consistente en estar abiertos a lo que nos rodea, contemplar con mucha atención, no analizar las cosas y dejarse llevar.

En esta sesión únicamente os voy a explicar los ejercicios que tendréis que hacer esta tercera y última semana del estudio. Uno de los ejercicios que tenéis que hacer consiste en planificar con tiempo una actividad que haréis durante esta semana mediante la cual sea más probable que apreciéis la belleza. Podéis, por ejemplo, visitar algún museo o exposición, ir al cine o al teatro, ir a pasear por alguna zona del sitio en donde vivís que os parezca especialmente bonita, escuchar música en directo, hacer una excursión al campo, ir a pasear a un parque o a unos jardines, etc. Y cuando hagáis esta actividad, tratad de adoptar una actitud estética

consistente en las condiciones que comentamos la semana pasada: Prestad atención con una mentalidad abierta sobre cómo, cuándo y dónde podéis encontrar la belleza. Dedicad tiempo a contemplar lo que os rodea, procurad relajaros y dejáros llevar sin analizar la situación. Hoy mismo haced una lista con todas las actividades que podríais hacer que se os ocurran y pensad en qué momentos podríais hacerlas. A continuación elegid al menos una y reservad ese momento que habéis establecido para hacerla.

Otro ejercicio nuevo que tendréis que hacer esta semana consiste en hacer una reflexión global sobre la belleza. Se tendrá que hacer el último día de esta semana. Si esto no fuera posible, por favor, os pido que os pongáis en contacto conmigo para acordar en qué otro momento podríais hacerlo. Tendrás que escribir una reflexión global sobre tu experiencia durante las 3 semanas que ha durado el estudio. Para ello, tendréis que leer lo que habéis escrito en vuestro Diario de belleza y ver la Carpeta de belleza desde que empezamos este estudio. Su contenido os ayudará en la reflexión. Tendréis que explicar con vuestras propias palabras lo que la belleza significa para vosotros, no una definición teórica como la que podrías encontrar en un libro sino qué significado único tiene para cada uno de vosotros, describiendo qué influencia tiene sobre vosotros, si es que tiene alguna. Podéis acompañar vuestra reflexión escrita de imágenes y archivos de audio si lo deseáis.

Además de estos ejercicios, tenéis que seguir trabajando en la carpeta de Belleza, añadiendo al menos otras 3 cosas a la carpeta. También tenéis que seguir haciendo el Diario de Belleza día sí, día no, durante los primeros 4 días, de manera que hoy deberíais hacerlo. En la página web tenéis una tabla en dónde queda claro qué ejercicios tenéis que hacer cada día.

Por último, al día siguiente de haber terminado el estudio, por favor, contestad las preguntas que encontraréis en el link que aparecerá en la web ese mismo día. Como sabéis, tendréis que contestar unas preguntas un mes después de la finalización de este estudio. Después, aquellos participantes que hayan hecho todos los ejercicios y hayan respondido a la preguntas, podrán participar si lo desean en el curso online que impartiré sobre ejercicios para mejorar el bienestar.

Pues esto todo por hoy, con esta última semana que queda por delante damos por terminado el estudio. Si tenéis cualquier duda por favor, no dudéis en poneros en contacto conmigo. Espero que tengáis una buena semana. Muchas gracias por haber colaborado en esta investigación.

## Comprobación de los supuestos para el ANCOVA

### 1. Apreciación de la belleza

La prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*) así como los índices estandarizados de asimetría y curtosis, indicaron que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en las tres condiciones ( $W_B(43) = .888, p = .001$ ;  $W_P(52) = .95, p = .029$ ;  $W_E(55) = .953, p = .03$ ); en el post-test, en la condición de belleza ( $W_B(43) = .935, p = .018$ ); y en el seguimiento, en las condiciones de belleza ( $W_B(43) = .93, p = .011$ ) y placebo ( $W_P(52) = .928, p = .004$ ). Además, las puntuaciones de la condición de belleza resultaron asimétricas en el pre-test,  $Z_{asim} = -3.08$ , y las de la condición placebo en el seguimiento,  $Z_{asim} = -2.72$ . Por otro lado, la prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa en el post-test ( $F(2, 147) = 4.68, p = .011$ ) y en el seguimiento ( $F(2, 147) = 4.78, p = .01$ ). Sin embargo, se realizó una prueba de *Hartley*, para comprobar de nuevo este supuesto y se obtuvieron unos ratios de 1.25 y 1.26 respectivamente, por lo que, teniendo en cuenta nuestro tamaño de la muestra, es posible asumir homogeneidad de varianzas<sup>22</sup>. En cuanto a la homogeneidad de las pendientes de regresión, las interacciones *condición x covariables* no fueron significativas, por lo que también es posible asumir este supuesto. La prueba de esfericidad resultó significativa ( $p < .001$ ) por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

### 2. Apreciación de la excelencia moral

La prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*), así como los índices estandarizados de asimetría y curtosis, indicaron que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en las tres condiciones en el pre-test ( $W_B(43) = .893, p = .001$ ;  $W_P(52) = .924, p = .003$ ;  $W_E(55) = .953, p < .001$ ), en el post-test ( $W_B(43) = .777, p < .001$ ;  $W_P(52) = .895, p < .001$ ;  $W_E(55) = .916, p = .001$ ) y en el seguimiento ( $W_B(43) = .873, p < .001$ ;  $W_P(52) = .863, p < .001$ ;  $W_E(55) = .904, p < .001$ ). Además, las puntuaciones en el pre-test fueron asimétricas en las condiciones placebo ( $Z_{asim} = -2.58$ ) y lista de espera ( $Z_{asim} = -8.12$ ), la cual también presentó curtosis ( $Z_{curt} = 16.84$ ). En el post-test, las tres condiciones presentaron asimetría (belleza,  $Z_{asim} = -5.57$ ; placebo,  $Z_{asim} = -3.07$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2.82$ ) y la condición de belleza presentó también curtosis ( $Z_{curt} = 9.18$ ). En el seguimiento, las tres condiciones presentaron tanto asimetría (belleza,  $Z_{asim} = -3.27$ ; placebo,  $Z_{asim} = -4.49$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -3.61$ ) como curtosis (belleza,  $Z_{curt} = 2.75$ ; placebo,  $Z_{curt} = 4.33$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 4.27$ ). Por otro lado, ni la prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas ni las interacciones *condición x covariables* fueron significativas, por lo que es posible asumir la homogeneidad tanto de las varianzas como de las pendientes de regresión. Sin embargo, el supuesto de esfericidad no se cumplió ( $p < .001$ ), por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

---

<sup>22</sup> Según Field (2009), con muestras de entre 30–60 sujetos el ratio debería ser menor de 2 o 3 para asumir homogeneidad de varianzas.



### 3. Apreciación de la excelencia no moral

La prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*), así como los índices estandarizados de asimetría y curtosis, indicaron que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en las condiciones belleza y lista de espera ( $W_B(43) = .933, p = .015$ ;  $W_E(55) = .934, p = .005$ ); en el post-test en placebo y lista de espera ( $W_P(52) = .931, p = .005$ ;  $W_E(55) = .866, p < .001$ ); y en el seguimiento en las tres condiciones ( $W_B(43) = .92, p = .005$ ;  $W_P(52) = .944, p = .016$ ;  $W_E(55) = .948, p = .019$ ). Además, las puntuaciones en el post-test de las condiciones placebo y lista de espera presentaron asimetría (placebo,  $Z_{asim} = -2.97$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -4.25$ ) y curtosis (placebo,  $Z_{curt} = 2.59$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 2.70$ ). En el seguimiento, las tres condiciones presentaron asimetría (belleza,  $Z_{asim} = -2.29$ ; placebo,  $Z_{asim} = -2.41$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2.28$ ). Ni la prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas, ni la de esfericidad, ni las interacciones *condición x covariables*, resultaron significativas, por lo que es posible asumir tanto la homogeneidad de varianzas, como la de las pendientes de regresión y la esfericidad.

### 4. Conciencia de la belleza en el mundo

Al examinar los supuestos, la prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*), así como los índices estandarizados de asimetría y curtosis, indicaron que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en las condiciones belleza y lista de espera en el pre-test ( $W_B(18) = .931, p = .012$ ;  $W_E(17) = .929, p = .003$ ), en el post-test ( $W_B(18) = .836, p = .005$ ;  $W_E(17) = .836, p = .007$ ), y en las tres condiciones en el seguimiento ( $W_B(18) = .857, p < .001$ ;  $W_P(23) = .843, p < .001$ ;  $W_E(17) = .797, p < .001$ ). Además, las puntuaciones en el pre-test presentaron asimetría ( $Z_{asim} = 3.08$ ) y curtosis ( $Z_{curt} = 2.05$ ) en la condición lista de espera. En el seguimiento, los tres grupos presentaron asimetría (belleza,  $Z_{asim} = 4.54$ ; placebo,  $Z_{asim} = 4.41$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = 7.75$ ) y curtosis (belleza,  $Z_{curt} = 5.20$ ; placebo,  $Z_{curt} = 2.95$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 19.09$ ). La prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa en el post-test ( $p = .003$ ) pero, para comprobar de nuevo este supuesto, se realizó una prueba de *Hartley* cuyo resultado fue un ratio de 1.43, por lo que, teniendo en cuenta el tamaño de la muestra, es posible asumir homogeneidad de varianzas. En cuanto a la homogeneidad de las pendientes de regresión, las interacciones *condición x covariables* no fueron significativas, por lo que es posible asumir este supuesto. Por último, la esfericidad no se cumplió ( $p = .021$ ), por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

### 5. Conciencia de la manera en la que la belleza influye en nuestros pensamientos, emociones, conductas y motivaciones

La prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*) y los índices estandarizados de asimetría y curtosis, indicaron que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en las condiciones belleza y lista de espera ( $W_B(43) = .856, p < .001$ ;  $W_E(55) = .886, p < .001$ ), y en las tres condiciones en el post-test ( $W_B(43) = .810, p < .001$ ;  $W_P(52) = .931, p = .005$ ;  $W_E(55) = .942, p = .011$ ) y en el seguimiento ( $W_B(43) = .912, p = .003$ ;  $W_P(52) = .936, p = .008$ ;  $W_E(55) = .889, p < .001$ ). Además, en el pre-test, las condiciones de belleza y lista de espera presentaron asimetría (belleza,  $Z_{asim} = -4.92$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -4.15$ ) y curtosis (belleza,  $Z_{curt} = 7.20$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 3.55$ ). En el post-

test, las tres condiciones mostraron asimetría (belleza,  $Z_{asim} = -5.56$ ; placebo,  $Z_{asim} = -2.33$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2.35$ ), y las condiciones belleza y lista de espera también exhibieron curtosis (belleza,  $Z_{curt} = 9.03$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 2.11$ ). En el seguimiento, la condición lista de espera presentó asimetría ( $Z_{asim} = -3.97$ ) y curtosis ( $Z_{curt} = 3.03$ ). La prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa tanto en el post-test ( $F(2, 147) = 7.55, p = .001$ ) como en el seguimiento ( $F(2, 147) = 4.44, p = .013$ ) pero la prueba de *Hartley* indicó un ratio de 1.28 tanto en las puntuaciones del post-test y como en las del seguimiento, por lo que, teniendo en cuenta el tamaño de la muestra, es posible asumir homogeneidad de varianzas. En cuanto a la homogeneidad de las pendientes de regresión, las interacciones *condición x covariables* no fueron significativas, por lo que también es posible asumir este supuesto. Finalmente, la esfericidad no se cumplió ( $p < .001$ ), por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

## 6. Actitud estética ante la belleza

La prueba de normalidad de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en la condición belleza ( $W_B(43) = .916, p = .004$ ), en el post-test tanto en belleza como en lista de espera ( $W_B(43) = .829, p < .001$ ;  $W_E(55) = .94, p = .009$ ), y en el seguimiento en belleza y placebo ( $W_B(43) = .94, p = .026$ ;  $W_P(52) = .948, p = .025$ ). Además, las puntuaciones en el pre-test presentaron asimetría en la condición belleza ( $Z_{asim} = -2.63$ ), y en el post-test en belleza y lista de espera (belleza,  $Z_{asim} = -5.47$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2$ ). Además, la condición belleza presentó curtosis en el post-test ( $Z_{curt} = 8.36$ ). Por otro lado, la prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa tanto en el post-test ( $F(2, 147) = 4.14, p = .018$ ) como en el seguimiento ( $F(2, 147) = 5, p = .008$ ) pero la prueba de *Hartley* obtuvo un ratio de 1.28 tanto en las puntuaciones del post-test y como en las del seguimiento, por lo que, teniendo en cuenta el tamaño de la muestra, es posible asumir homogeneidad de varianzas. En cuanto a la homogeneidad de las pendientes de regresión, las interacciones *condición x covariables* no fueron significativas, por lo que es posible asumirla. Finalmente, el supuesto de esfericidad no se cumplió ( $p < .001$ ), por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

## 7. Conductas de exposición a la belleza

Se observó que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en las condiciones placebo y lista de espera en el pre-test ( $W_P(52) = .863, p < .001$ ;  $W_E(55) = .931, p = .004$ ), y en las tres condiciones tanto en el post-test ( $W_B(43) = .921, p = .006$ ;  $W_P(52) = .912, p = .001$ ;  $W_E(55) = .944, p = .013$ ) como en el seguimiento ( $W_B(43) = .914, p = .003$ ;  $W_P(52) = .796, p < .001$ ;  $W_E(55) = .903, p < .001$ ). Además, en el pre-test, las condiciones lista de espera y placebo presentaron asimetría (placebo,  $Z_{asim} = 5.28$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = 3.12$ ) y curtosis (placebo,  $Z_{curt} = 9.22$ ; lista de espera,  $Z_{curt} = 5.13$ ). En el post-test, sólo la condición placebo presentó asimetría ( $Z_{asim} = 3.54$ ) y curtosis ( $Z_{curt} = 3.91$ ), mientras que en el seguimiento, tanto la lista de espera como el placebo presentaron asimetría (placebo,  $Z_{asim} = 6.44$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = 2.71$ ), y éste último también curtosis ( $Z_{curt} = 9.54$ ). Por otro lado, las pruebas de *Levene* de homogeneidad de varianzas, de homogeneidad de las pendientes de regresión y de esfericidad no fueron significativas, por lo que es posible asumir estos supuestos.

## 8. Esperanza

La comprobación de los supuestos indicó que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. La prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en las tres condiciones ( $W_B(43) = .921, p = .006$ ;  $W_P(52) = .894, p < .001$ ;  $W_E(55) = .939, p = .008$ ), y en placebo y lista de espera en el post-test ( $W_P(52) = .937, p = .009$ ;  $W_E(55) = .953, p = .032$ ) y en el seguimiento ( $W_P(52) = .877, p < .001$ ;  $W_E(55) = .92, p = .001$ ). Además, todas las condiciones presentaron asimetría en el pre-test (belleza,  $Z_{asim} = -2.79$ ; placebo,  $Z_{asim} = -2.85$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2.57$ ), y las condiciones placebo y lista de espera también tanto en el post-test (placebo,  $Z_{asim} = -2.50$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -2.26$ ) como en el seguimiento (placebo,  $Z_{asim} = -2.91$ ; lista de espera,  $Z_{asim} = -3.33$ ), momento en el que la condición lista de espera presentó, asimismo, curtosis ( $Z_{curt} = 2.15$ ). La prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa en el post-test ( $F(2, 147) = 4.99, p = .008$ ) pero la prueba de *Hartley* obtuvo un ratio de 1.29 por lo que es posible asumir este supuesto. También se cumplió la homogeneidad de las pendientes de regresión, pues las interacciones *condición x covariables* no fueron significativas. Por último, el supuesto de esfericidad no se cumplió ( $p = .009$ ), por lo que se usó la prueba ajustada de *Huynh-Feldt* del test *F*.

## 9. Autotrascendencia

Al comprobar los supuestos, se observó que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos. En el seguimiento, en la condición lista de espera, la prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa ( $W_E(55) = .954, p = .036$ ) y las puntuaciones fueron asimétricas ( $Z_{asim} = -2.26$ ). La prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas no fue significativa, por lo que es posible asumirla, así como tampoco lo fueron las interacciones *condición x covariables*, por lo que es posible asumir homogeneidad de las pendientes de regresión. La esfericidad no se cumplió ( $p < .001$ ), por lo que la corrección de *Huynh-Feldt* se utilizó para la prueba *F*.

## 10. Balance entre sentimientos subjetivos positivos y negativos

Los supuestos de homogeneidad de varianzas, homogeneidad de las pendientes de regresión y esfericidad se cumplieron. También la normalidad se dio en la mayoría de los casos, aunque la prueba de *Shapiro-Wilks* fue significativa en el pre-test en la condición placebo ( $W_P(52) = .922, p = .002$ ) y, además, se observó asimetría en esta condición tanto en el pre-test ( $Z_{asim} = -2.77$ ) como en el seguimiento ( $Z_{asim} = -2$ ).

## 11. Sentimientos subjetivos positivos

La prueba de normalidad (*Shapiro-Wilks*) fue significativa en las condiciones placebo y lista de espera en el pre-test ( $W_P(52) = .897, p < .001$ ;  $W_E(55) = .953, p = .032$ ), en el post-test ( $W_P(52) = .952, p = .035$ ;  $W_E(55) = .936, p = .006$ ) y en el seguimiento ( $W_P(52) = .954, p = .043$ ;  $W_E(55) = .947, p = .018$ ). Además, en el pre-test, la condición placebo presentó asimetría ( $Z_{asim} = -2.67$ ). Por otro lado, aunque la prueba de *Levene* de homogeneidad de varianzas fue significativa en el post-test ( $F(2, 147) = 3.81, p = .024$ ), el test de *Hartley* obtuvo un ratio de 1.28, por lo que es

posible asumir homogeneidad de varianzas. Finalmente, tanto la homogeneidad de las pendientes de regresión como la esfericidad se cumplieron.

## 12. Sentimientos subjetivos negativos

La comprobación de los supuestos indicó que los datos no se distribuían normalmente en algunos casos ya que la prueba *Shapiro-Wilks* fue significativa en la condición placebo en el pre-test ( $W_p(52) = .924, p = .003$ ) y en el seguimiento ( $W_p(52) = .947, p = .022$ ) y, asimismo, esta condición presentó asimetría en el pre-test ( $Z_{asim} = 2.84$ ) y en el seguimiento ( $Z_{asim} = 2.46$ ). Por otro lado, aunque la prueba de Levene de homogeneidad de varianzas fue significativa en el post-test ( $F(2, 147) = 3.81, p = .024$ ), al realizar la prueba de Hartley se obtuvo un ratio de 1.28 por lo que se puede asumir homogeneidad de varianzas. También se cumplió la homogeneidad de las pendientes de regresión, pero no así la esfericidad ( $p = .020$ ), por lo que se utilizó la corrección *Huynh-Feldt*.

## **Comentarios participantes y reflexión global sobre los efectos de la intervención**

1. Como reflexión final diré que este estudio me ha ayudado a expandir el concepto de belleza que tenía y a apreciar diferentes cosas que me parecen bellas y a las que hasta ahora no había prestado atención. Creo que se puede encontrar la belleza en todo si te fijas bien. Para mí la belleza transmite diferentes sentimientos en función de lo que se observe. Mi familia, mis amigos y mi perro, en los que encuentro la belleza muy fácilmente, siempre me transmiten sentimientos de felicidad, alegría, confianza y complicidad. Observar un paisaje, ya sea en foto o al natural, me transmite paz y tranquilidad, llevándome a un estado de relajación. Y la música me ayuda a concentrarme y me invita a reflexionar, a la vez que me transmite fuerza y energía para llevar a cabo mis objetivos. Por tanto para mí la belleza tiene un significado muy amplio, diría que he descubierto diferentes tipos de belleza, belleza de las acciones y relaciones con las personas, belleza de los objetos y belleza de las sensaciones. Y todas ellas me aportan sentimientos diferentes pero necesarios en el día a día.

2. Como escribí en el glosario después de estas tres semanas me doy cuenta de que para mí la belleza es aquello que me produce Asombro y Emoción (que me produce placer), realmente hay cosas que son estéticas, que tienen mucho trabajo, que son increíbles, pero si no me producen asombro y placer no las considero bellas. Además creo que tengo gran capacidad de seguir asombrándome ante las mismas cosas una y otra vez. Cada día he hablado de las montañas o los árboles. Y ese asombro y placer ha hecho que tome algunas decisiones en mi vida como la de vivir donde vivo. Seguramente mucha gente considera que mi casa está lejos (45kms de Madrid) y que no la tengo tan bien decorada como se podría. Pero la decisión de vivir donde vivo tiene que ver sobre todo con el entorno, con darme cuenta de que cuando venía a trabajar aquí dos veces por semana era el mejor momento de la semana, que salía de la carretera veía las montañas, estaba rodeada de dehesas incluso que bajaba las ventanillas del coche y olía el campo y sentía el aire puro y me sentía asombrada y feliz de lo genial que era estar aquí. Antes pensaba que solo tenía que ver con mi amor por la naturaleza y con recuerdos de mi infancia, después del estudio también puedo decir que es por la apreciación de la belleza del lugar. Aún me asombro y abro las ventanillas, lo hago y espero hacerlo hasta que deje de vivir aquí. Para mí la belleza está sobre todo en la naturaleza, también en la relación con los objetos, y en algunas personas. Me llama sobretodo la atención algunos colores, las sensaciones físicas que percibo a la vez que el objeto bello y algunos olores aunque no le he dedicado mucho en los diarios de belleza. Los sonidos no son mi fuerte, no me llama tanto la atención la música, quizás aunque me pueda asombrar y dar placer me cansa mucho. Con el estudio me he sentido mucho más abierta a la belleza y a compartirla no solo en el estudio con la profesora y los compañeros en el foro sino en mi día a día con amigos, gente en el trabajo y con mi familia. Espero que según vaya pasando el tiempo esto continúe, seguir abierta a la belleza y aunque no creo que siga con el diario de belleza, sí creo que haré el ejercicio de percepción y sobretodo quiero seguir abierta a la belleza día a día, cambiaré el rincón de belleza de mis lugares de trabajo para que me siga asombrando continuamente =) Muchas gracias por todo el trabajo que has realizado con todo el estudio, ha sido un gusto participar en él.

3. Quería agradecer la oportunidad de participar en este estudio porque me ha llevado a realizar cosas que antes no había hecho, y es saber apreciar las cosas importantes o insignificantes de mi día a día que tienen una belleza que no me he parado siquiera a contemplar. He pasado por sitios realmente bellos, cosas y personas, sin apreciarlos en su justa medida y dejando pasar las oportunidades de enriquecerme por completo de todos ellos. Esto me ha hecho replantearme mi actitud ante las cosas y caminar por la vida con los ojos y los sentidos abiertos. En estas semanas, he encontrado sentimientos reconfortantes, de alegría, curiosidad, expectación, ilusión y sorpresa ante el monótono día a día y me ha servido para crear mi definición personal de belleza: valor que tenemos dentro de nosotros mismos que hace aflorar los sentimientos más gratos y nos enriquece como persona. Sobre mí tiene una influencia muy importante debido a mi profesión, soy odontóloga experta en estética dental y mi día a día consiste en lograr los objetivos del paciente y con ello gratificación personal. Debido a mi formación, el fin de todo lo que hago es conseguir la belleza que otros quieren, con lo que para mí, la belleza resultaba un concepto muy acotado y teórico, influenciado por las modas. Este estudio, ha hecho que mi mente y mis sentidos se abran, y que la belleza ante mi surja en cualquier parte además de en mi trabajo, gracias!

4. Con una belleza tan variada y camaleónica a mi alrededor es más difícil aún definirla con palabras, creo que tan sólo podría hacerlo a partir de la gran cantidad de sentimientos y emociones positivas que experimento, como felicidad, alegría, entusiasmo, ilusión, bienestar, optimismo, amor, ternura, admiración o gratitud. Sin embargo, también toman sentido palabras como perfección, armonía, conexión, creatividad, distinción o profundidad. Teniendo en cuenta todo esto, es obvio que la belleza tiene una gran influencia sobre mí. La belleza es capaz de cambiar mi estado de ánimo, produciendo en mí multitud de emociones positivas. También cambia mi percepción de las cosas, ampliando mi foco de atención y dotándome de una mayor apertura a la experiencia. Además, la belleza normalmente dibuja una sonrisa en mi cara, aumentando mi sensación de felicidad. [...] Percibir el mundo como bello me ha hecho sentir muchas más emociones positivas, transformando todo lo que me rodea en algo mágico y especial. Al finalizar la primera semana de estudio tuve una sensación extraña. Fue una sensación de belleza plena, como si durante unos instantes pudiera apreciar la belleza de todo lo que me rodeaba. Todo era perfecto y bello. Había armonía y una conexión especial entre todo lo que rodeaba. Fue una sensación de éxtasis muy agradable y placentera. En las siguientes semanas no he vuelto a experimentar esta sensación, pero sí que es cierto que comparando las emociones positivas experimentadas durante la primera semana y durante las siguientes, en las dos últimas semanas ha habido mayor cantidad de ellas.

5. Me ha ayudado a valorar mucho más lo bonito de mi alrededor y de alguna manera se ha ido incorporando a mi forma de mirar y atender a mi alrededor. Creo que observar la belleza me conecta con emociones positivas, con la armonía y me ayuda a valorar mi mundo y el mundo. Ha sido muy gratificante, difícil porque en este ritmo vital no me resulta sencillo incorporar tiempo para la contemplación. Me doy cuenta de que la música es un potencial de belleza que no disfruto prácticamente y me gustaría hacerlo más. Agradecer realmente la posibilidad de participar en este estudio y lo positivo que he aprendido.

La belleza para mí está en lo hermoso de la vida, en las emociones bellas que generan las cosas, las relaciones, los lugares, los objetos. Por emociones bellas entiendo aquellas que me dan bienestar, alegría, paz, confianza, serenidad, lucidez.

Por otro lado me doy cuenta que la belleza está ligada a la vista, exterior e interior. La exterior a los ojos, desde que he participado voy con los ojos más abiertos, camino mirando con más alcance, más hacia arriba, con los ojos más grandes, buceando en las posibilidades que me ofrece la vida. Y la mirada interior, la que me comunica conmigo misma. Muchas de las reflexiones de mi diario de belleza son de emociones que me producen mis hijos o relaciones, o sensaciones internas. Esa mirada interior también se amplía. Me ha encantado sorprenderme a mí misma escribiendo sobre lo más bello del día y que me surgiera lo que surgía. Quizá si no lo hubiera tenido que escribir no habría sido consciente de que me parecía tan bello y especial.

Sin duda la actividad propuesta me ha gustado y me ha favorecido ampliar esa mirada que me aporta cosas muy positivas. Hoy me he encontrado mirando al cielo al llegar al colegio de mi hijo donde había unas nubes cubriendo la silueta del edificio espectaculares. Lo he compartido con él y he hecho una foto. Y yo misma me reía de mi reacción. Ha sido realmente bonito. Así que ojos más abiertos y corazón también. Más serenidad y alegría ante la belleza. También he constatado la falta de tiempo y tiempo para la contemplación serena. Sin duda muchas gracias y espero que sea de utilidad.

6. Es extraño, por momentos (a lo largo de estas 3 semanas) me ha pasado que como sabía que debía "anotar algo bello" me costaba encontrarlo. Iba caminando en la calle, como si lo buscara, "algo bello para la investigación, algo bello para la investigación" pero cuando eso hacía, no daba con nada. Era en los momentos en que me distendía, allí ocurría, algo bello me encontraba a mí... y yo quedaba encantada! Particularmente a lo largo de la investigación, he notado que la belleza me transmite paz y alegría. Esa sensación (aunque más no sean segundos) de que estoy en el momento indicado, en el lugar indicado, con las personas indicadas. Pocas veces me movió a hacer alguna actividad, por el contrario, me movía a profundizar... a reflexionar, a dar las gracias en silencio.

7. En estas semanas he aprendido a apreciar que sé que me gusta y que estoy abierta a cosas nuevas. He aprendido las condiciones que me fallan en ciertas circunstancias para poder apreciar lo bello. He ampliado mi gama de belleza gracias al foro, y gracias también al ejercicio diario de belleza, focalización y programación; me ha parecido muy útil; aunque también creo que es difícil. Nada es imposible solo hay que proponérselo y como dijo Einstein: "si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo". Un ejercicio diario de apreciación de la belleza, es como un ejercicio diario para mejorar la memoria. Y las consecuencias que puedes obtener son muy positivas en cuanto a estado de ánimo. La focalización, o apreciación de la belleza, creo que me salen de una manera innata hacia lo que yo considero que es bello; pues me sumerjo. El viernes tal y como programé fui a un concierto y me deje llevar, cerré los ojos, la música se instaló en mí y bailaba como si estuviera sola en el mundo. La programación, gracias a este punto puedes asegurarte momentos de belleza en tu día a día o en tu semana; así te sentirás recompensado con los beneficios que provoca la belleza. Gracias por hacerme participe del estudio.

8. Me ha hecho reflexionar sobre la poca atención que damos a las cosas bellas. Ahora lo miro todo con otros ojos. Soy más consciente. Y he mejorado el carácter, sobre todo en el trato con los demás. Me noto más cariñosa especialmente con mi gente, pero también con el resto de la gente. Más tolerante. Me siento más reconciliada con el mundo.

9. Cada instante vivido apreciando la belleza es una gotita de felicidad. La belleza es generosa, está llena de matices, se vive desde muy distintas emociones y con diferentes intensidades. Pero cada vez que se percibe es inmensa y absoluta en sí misma. Vale la pena ir descubriendo esa belleza, esa realidad, cada vez en más y más cosas si lo que buscamos es acercarnos a la felicidad. La belleza es para mí aquello que ocasionalmente soy capaz de descubrir en lo que me rodea, y que al descubrirlo transforma completamente el objeto subjetivo dotándole del valor extremo de alguna o algunas cualidades positivas. Ese objeto subjetivo provoca en mí emociones que pueden variar según la experiencia concreta pero que siempre se relacionan con la aceptación de la experiencia y el deseo de obtener el mayor contacto posible con dicho objeto subjetivo. La experiencia vivida durante estas 3 semanas me ha ayudado a tomar más conciencia de los momentos bellos que puedo experimentar en mi vida diaria, lo que me permite vivirlos con más frecuencia e intensidad. Creo que mi actitud hacia la belleza ha cambiado y que desde ahora intentaré que tenga un mayor protagonismo en mi vida, tanto en las decisiones más pequeñas (ir a un lugar u otro, comprar una cosa u otra, dedicar un tiempo o no a algo bello), como en decisiones mayores sobre el estilo de vida que quiero llevar.

10. Aunque es cierto que en ocasiones siento que me fuerzo un poco para apreciar la belleza, la dificultad reside en tener que reflexionar acerca del día y pararme a pensar, porque en general durante el día vas muy rápido y sin pensar. Pero me ha servido para tener una visión positiva acerca de la vida, y a tener esperanzas. Además, me gustaría decir que he experimentado un gran cambio en mi estado de ánimo, pues empecé el experimento deprimidilla, y termino como he dicho con esperanzas. Pensaba que era superficial e hipócrita pararse a ver la belleza, con todo el sufrimiento que hay hoy en día y sin embargo es una necesidad para la felicidad.

La belleza para mí es una sensación. La sensación que tengo la he tratado de describir anteriormente pero es complicada. Diría que consiste en primer lugar en dejar la mente en blanco. Esto lo noto enseguida, porque yo soy una persona que siempre está dándole vueltas a las cosas y muchas veces no estoy donde tengo que estar. Pero cuando veo algo bello, todas las ideas desaparecen, y me encuentro plenamente admirando la belleza. Además, la belleza también es un sentimiento de hacerme pequeña, diminuta, y de perplejidad ante lo que estoy presenciando. Es como si hasta ese momento lo hubiese visto todo, y sin embargo, ingenua de mí, me sorprende a mí misma embelesada por algo cotidiano, o que había visto o hecho antes, como darme un baño en el mar, ir en metro, mirar por la ventana...Y no lo puedo evitar, cuando veo algo bello, inmediatamente pienso en su creador. Me siento tan agradecida, que en ese momento empiezo a imaginarme quien será, cómo será, qué estará haciendo... Aunque claro, ante la belleza de la naturaleza, me es imposible no pensar en la existencia de un Dios. Algo superior a nosotros que haya creado ese lugar, ese momento... Y a pesar de mis dudas y crisis de fe, la belleza me une aunque sea esos instantes en que me siento agradecida a Dios. Respecto al impulso o lo que suelo hacer, por lo que he visto a lo largo de los ejercicios es que tiendo a querer compartirlo con mis seres queridos. Finalmente algo que no pensaba que fuese a suceder, y que me ha sorprendido, es que uno de los efectos de atender a la belleza y que he mencionado durante algún ejercicio, es que, al pararme y prestar atención, he experimentado una sensación muy nítida y real, que me ha hecho sentirme viva. Y gracias a estos ejercicios, durante estas semanas he llenado mi vida de experiencias bellas, reales, auténticas... Que equilibran la balanza de los pensamientos negativos.

Como reflexión global, quiero decir, que el experimento está muy bien planteado. Lo más costoso sería meterse al final del día a escribir las experiencias, sin embargo, he obtenido mucho más de lo que he dado. Gracias a la demanda de prestar atención a cosas bellas, hacer una



carpeta, etc. Podría decir que le he dado color a mi vida, y solo espero haber desarrollado alguna habilidad para poder mantener esta sensibilidad hacia las cosas bonitas, y no que sea algo esporádico. Porque con este experimento he experimentado que la vida es bella, pero depende de la mirada de cada uno saber apreciarla.

11. Para mí estas tres semanas han sido una experiencia fabulosa, porque me han permitido ser más sensible y perceptiva ante la belleza. A pesar de que siempre me ha gustado apreciar la belleza, me he dado cuenta que no lo hacía tan seguido, que tenía que ser cuando me mandaban directamente un estímulo que era inevitable no apreciarlo, o cuando me iba de viaje algún lugar que de por sí estás atento y maravillado con cada cosa que ves y con la música que me encanta y disfruto no era tan consciente de lo que despertaba en mí. La primera semana se me hizo más difícil porque tenía que hacerlo de forma deliberada, diciéndome a mí misma tienes que ver algo bello y tratando de buscarlo o recurrir a cosas que ya sabía que me gustaban o se me hacen bellas. Conforme pasaron los días me di cuenta que ya empezaba a apreciar la belleza de forma espontánea, pudiéndose decir que más que yo buscarla ella me sorprendía a mí. Al principio apreciaba más las fotos, la música después poco a poco empecé a apreciar la naturaleza, el amor, la calidez de la gente, mensajes, etc. En general ahora soy más perceptiva y sensible para apreciar las cosas cotidianas de la vida, que siempre están ahí al alcance y que antes no era capaz de ver o apreciar, a pesar de lo bellas que son.

Por otro lado, el crear el entorno de belleza me mostró la diferencia enorme que provoca a nivel anímico, ahora en la oficina se me pasa el tiempo más rápido, me siento más contenta y a gusto, en mi cuarto paso más tiempo, me gusta estar ahí y verlo lindo. Y me siento motivada para que mi entorno sea más lindo porque he descubierto que me genera alegría y paz. El dedicar tiempo para apreciar la belleza fue algo muy bueno ya que es como un espacio donde tú te regalas el sentirte contento, feliz y en paz, ahora generalmente antes de dormir me ha dado por ver fotos o escuchar música y en verdad que eso me hace sentir muy bien hace que me vaya a dormir contenta, relajada o ilusionada. El compartir en el foro las experiencias de belleza fue lindo porque me permitió abrir mi panorama de lo que es bello, me dio sugerencias de situaciones que había pasado por alto, hizo que me diera cuenta de coincidencias y cosas en común con otros. Y el compartir y recibir retroalimentación me gustó mucho por los comentarios que escribían y por sentir que tenemos cosas en común. En algunas situaciones donde me sentí identificada también les respondía. La carpeta de belleza me gustó mucho aunque debo confesar que me costó hacerla porque hay tantas cosas que me parecen bellas que era difícil escoger cuales poner, algunas no podía ponerlas por no estar al alcance y a veces creo que las fotos no hacen justicia a la realidad. Pienso que es buena idea poner las cosas que me parecen bellas en el baúl de la felicidad.

En general me doy cuenta que es tan fácil sentirnos bien y felices, sin necesidad de cosas extraordinarias, sino simplemente salirnos un poco de nuestro mundo rutinario y permitirnos observar las cosas que pasan o que están a nuestro alrededor y que nos pueden generar alegría, emoción, tranquilidad y diversión. Creo que los ejercicios estaban sencillos y no implicaban mucho esfuerzo, era poco el tiempo el que te llevaba hacerlos, quizá la complicación era hacer los registros constantemente, en mi caso los hacía casi al final de día y tenía que tenerlo pendiente para que no se me olvidara. Pienso que es difícil definir la belleza, porque va a depender de los gustos de cada persona y no es uniforme y la puedes encontrar en infinidad de cosas o situaciones. Para mí la belleza son todas aquellas cosas o situaciones que me gustan, despiertan mi interés y me producen emociones como la alegría, la felicidad, ilusión, diversión,

paz y tranquilidad. Me he dado cuenta que generalmente lo que más me parece bello es la naturaleza, la música, el amor y calidez de las personas. Considero que la belleza tiene una influencia positiva sobre mí ya que me hace sentir muy bien, emocionada, feliz y en armonía.

12. La belleza en fin es el movimiento, es aquello que muy en lo personal, muy en mis adentros puedo sentir como un quiebre, una ruptura dentro de lo que se puede llamar la ceguera aprendida, esta terminología la elaboro a título personal, para llamar a eso que es lo que nos ha consumido o en lo que nos ha convertido la cotidianidad, esa ceguera que se adquiere, que se aprende y por ende se incorpora, entonces la belleza es poder romper ese estado de confort y decirse a sí mismo hay muchas cosas que se pueden ver, hay muchas cosas que se pueden apreciar sin necesidad de pasar en la vida como si nada ocurriera, cuando se puede percibir ese quiebre ahí es cuando se le vuelve abrir la puerta a la belleza. Expreso la idea de volver a abrir la puerta porque creo sin duda alguna que nacemos con los ojos abiertos a la belleza, pero la misma condición social, las demandas, nos hacen ir cerrando esa luz que entra por ese espacio abierto.

Ahora bien personalmente existen otros factores que van asociados desde mi punto de vista a la belleza, que son la alegría, el amor, la satisfacción, la muestra de cariño, el sentirse bien y satisfecho con uno mismo, el DAR y DARSE a los otr@s, esas cosas hacen de uno un complemento que permite darle amplitud y raíz a este concepto. La belleza puede estar en la simpleza de las cosas como en la complejidad de las mismas, así es la belleza, es una variación de todo, es un placer de vivir, de respirar, de hacer y de sentir. Es incorporarse a la vida activamente, de forma participativa, de forma cambiante y creativa, pero sobre todo la belleza es permitirse recibir lo que la vida, lo que el mundo, lo que el universo pretende obsequiar. Gracias por permitirme ser parte de este estudio y compartir mis emociones durante este tiempo, fue un gran aprendizaje personal.

13. La belleza está dentro del corazón de cada persona. Es única esa percepción, pero pienso que se puede educar, que se puede encauzar, porque se puede enseñar a apreciar, a reconocer, a captar, a intuir... GRACIAS por ayudarme a ver que en el mundo aún existe belleza.

14. Después de estas tres semanas en primer lugar quería agradecerte, Maui, la oportunidad que me has dado de participar en este estudio. Gracias a él, he prestado más atención a lo que sucedía a mi alrededor y he intentado no ir tan ensimismada en mis pensamientos. Y lo considero muy positivo, porque he disfrutado y he sentido sensaciones positivas ante la belleza: he sentido fuerza, potencia, paz, calma, placer, me he sentido contenta, feliz, sonriente, incluso me ha hecho llorar, en algunas ocasiones me he sentido en equilibrio con todo lo que me rodeaba en ese momento.

15. Creo que me ha permitido hacerme más consciente de lo que la belleza significa para mí, de las emociones positivas que me genera y de que es una fuente importante de bienestar y energía que necesito y disfruto.

16. Los efectos en mi persona son positivos, las experiencias han dado mejor significado a mi vida. Es como sentirte con energía espiritual para apreciar la vida en general y la belleza de las cosas en particular. La experiencia de tres semanas ha sido una excelente oportunidad que se me ha brindado para acercarme a las personas, cosas, naturaleza, arte y apreciar la belleza que encierran. Atender a la belleza ha sido muy significativo pues me ha llevado de la apreciación

habitual de lo sensorial a la apreciación de cualidades más profundas del ser de las personas, animales, naturaleza, objetos en general y producciones de arte. He ampliado mi horizonte, he ido más allá de las cosas, como que trasciendes a una dimensión superior. Al respecto, estar informada de las condiciones que favorecen la apreciación de la belleza e intentar aplicarlas ha jugado un papel importante. He experimentado una serie de sensaciones, imágenes, pensamientos, recuerdos, vivencias, emociones y sentimientos hermosos al apreciar y atender la belleza, que me predispusieron a comentarlas con otros, a influir en otros para que la apreciaran, a interesarme en buscar información, cuidar los objetos, mejorar el ambiente de casa, cantar, recitar, bailar, entre otras manifestaciones. La influencia en mi persona ha sido y es muy positiva. Sentir asombro, admiración, grandeza, sorpresa, alegría, regocijo, amor, ternura, sosiego, paz, relax, vida, fuerza, energía, libertad, y demás, no es cosa de todos los días. Apreciar y sentir la belleza te llena la vida, la provee de significado espiritual. La belleza significa para mí una condición superior que armoniza las cualidades de los objetos del universo con el ser espiritual de quien los percibe, crea y transforma. Eternamente agradecida.

17. La belleza ensancha el corazón, te llena de alegría, de entusiasmo y de esperanza. Sintoniza con nuestro espíritu. La belleza y el amor son la misma cosa. Cada día hay manifestaciones de belleza en nuestras vidas y no nos fijamos en ellas por ir deprisa y corriendo pero es importante fijarse, todos tenemos manifestaciones de belleza.

18. El mayor efecto que noto es que me ha creado un automatismo de pensar en las cosas bellas que he percibido durante el día. Cada vez que he visto algo que he considerado bello, he pensado "tienes que recordarlo para escribirlo después", lo cual hace que estos momentos cobren importancia y tenga mayor efecto sobre mi bienestar. Me ha sorprendido el ejercicio de atención porque he experimentado sensaciones bastante intensas. También creo que he ido desarrollando mayor capacidad para expresar las sensaciones que me produce la belleza. [...] La percepción de algo bello la siento fisiológicamente como una aceleración del pulso, un "nudo" en el estómago... como algo emocionante. También la percibo desde un estado que me gusta calificar de "alegría plácida", que se traduce en el esbozo de una leve sonrisa y un estado de relajación. [...] Con respecto a los ejercicios de atención, me ha sorprendido la intensidad de algunas sensaciones. Especialmente me sorprendió la primera vez, al contemplar una tira de luces en la ventana del salón, que veo todos los días y contemplo la atmósfera que crean con agrado. Esa vez me parecieron increíbles. A raíz de estos ejercicios empecé a pensar que si puede ocurrir esto con los objetos, también se podría aplicar a las personas si se observa su comportamiento y apariencia con atención. Probé con una foto donde aparecían personas y resultó que me causaron una sensación de simpatía, de afecto hacia ellas. También me hizo comprender una posible razón por la que me gusta dibujar. Al realizar esta acción hay que fijarse con mucha atención en lo que se está dibujando y he notado cómo se crea un vínculo con el objeto dibujado. [...] Tras estas tres semanas, he notado que se ha convertido en un automatismo reflexionar sobre las cosas bellas que he visto en el día. Antes también era consciente de muchas cosas bellas percibidas en el día a día, pero no solía hacer ninguna reflexión global diaria. Pensar en estas cosas agradables reafirma la sensación de haber tenido un buen día en muchas ocasiones, retroalimenta el sentimiento de bienestar, lo cual crea una actitud más positiva. También he reafirmado mis pensamientos de lo importante que es llenar el día de cosas bellas. Muchas veces me ocurre que necesito usar mi tiempo libre en llenar mi mente de estímulos agradables: pasar un día en la

naturaleza, ir a escuchar música en directo, ver un museo... Ahora le doy incluso más importancia.

19. Creo que es difícil definir la belleza, es algo que tiene que ver con la estética, el color, la forma, la pasión, los valores, la naturaleza. No es tan claro aún para mí, lo que sí es claro es que la belleza influye de manera importante en mí, me genera tranquilidad y armonía. Fortalece mi desarrollo espiritual y me dispone a ser más humana con los otros. Hacer una persona bella. Estos ejercicios me han permitido descubrir que en lo que normalmente busco estar rodeada de espacios que para mí son bellos, me generan tranquilidad.

20. La belleza para mí son momentos, espacios, objetos que me hacen sentir emociones positivas, me hacen sentirme tranquila, en paz conmigo misma. Durante estas semanas creo que he aprendido a fijarme más en la belleza que me rodea, a lo mejor antes no me fijaba en los pájaros que había por un parque y ahora me fijo en ellos detenidamente. Hacía años que no buscaba cosas que me parecieran bonitas en internet y estas semanas lo he hecho y he visto muchas cosas bellas, llevaba mucho tiempo sin planear ir algún sitio que me pareciera bello, mucho tiempo sin ir a un museo por falta de tiempo pero esta semana lo he hecho y me ha gustado dedicarle tiempo a algo que siempre me ha gustado y que cada vez hago menos.

21. La belleza es una huella interna de algo que nos ha sido provocado por el entorno, por nuestro estado interno o una reflexión. Esa huella interna tiene resonancia, como las ondas que una piedra cayendo en el agua crea, y es transformadora de nuestra actitud y modificadora de nuestro ánimo, con consecuencias en nuestros pensamientos y actos. Encuentro que la belleza tiene efectos muy beneficiosos en nuestro cuerpo y en nuestra salud. Nos emociona y nos reconcilia, aunque todas las personas tienen su propia sensibilidad y la experimentan con elementos muy diferentes, dependiendo de su educación, experiencia y afinidades. Desde luego, es difícil sentir la belleza sólo con la razón. De hecho, nuestra cognición poco tiene que ver con su existencia. Para que se manifieste, hace falta sentir el cuerpo, y eso exige estar atento en el "aquí y ahora", tener salud, estar relajado con la mente para poner atención en lo que nos rodea. La belleza es ante todo una resonancia interna transformadora. La influencia que tiene en mí es definitiva, porque no podría vivir sin ella. La belleza puede ser para mí el olor del ser querido, un momento de compañía verdadera, una obra de arte, el sentimiento que se desprende de la entrega de un trabajo en equipo, un baile del cuerpo donde poco tiene que ver la estética y sí la expresión de un sentimiento, el sonido del campo... Si todas estas cosas no existieran, creo que la vida para mí no tendría el mismo valor. Afortunadamente, la belleza no depende de los objetos materiales. Pero depende mucho de nuestro cuerpo y de su salud. Todo esto es para mí la belleza.

22. La belleza significa para mí todo lo que aporte paz interior... lo bello me da alegría, ánimo, paz. Y todo aquello que despierte en mí ese estado ha de ser bello. Para mí, belleza está ligado a eso que entra en mí y transforma o enriquece mi mundo interior con sentimientos de alegría y tranquilidad.

23. Me ha ayudado muchísimo el diario de belleza....porque me he dado mucho cuenta de que a veces se me olvida valorar todas esas pequeñas cosas que hacen seguir adelante, intentar ser más positiva ...y echarle ganas para seguir adelante, a pesar de mis agobios, preocupaciones y mi pesimismo.

24. He aprendido mucho de este estudio, me ha servido para intentar focalizar mi atención en otras cosas, no resulta siempre fácil pero intento hacer el esfuerzo. Me ha hecho consciente, más aún, de lo estresada que vivo y de la cantidad de detalles que me pasan inadvertidos. Me parece fundamental enseñar este tipo de prácticas especialmente en los tiempos que vivimos, nos ahogan las malas noticias y las preocupaciones y es necesario aprender a evadirse un poco de ellas, el problema es que mucha gente no sabe cómo hacerlo ni cree tener facultades para hacerlo.

25. Pues he aprendido a ver con más detalle todo aquello que me rodea y que de verdad es bonito, y a valorarlo todo un poco más. Incluso pienso que cuando estas mal si te paras a observar cosas bellas la sensación desagradable disminuye. La belleza es algo abstracto, que varía según las personas, pero que siempre te genera bienestar. Hace que el resto de cosas que te rodean en ese momento tengan menos importancia o no te llamen tanto la atención, ya que se potencia aquello, que en ese momento te transmite esa sensación tan agradable. Cuando observo algo bello, siento una sensación de relajación, incluso a veces se me ponen los pelos de punta y entra una sensación muy agradable en mi interior y que dura el tiempo en que estoy apreciando eso que tanto me gusta.

26. Para mí la belleza produce CAMBIO, es aquello que nos mueve por dentro, que no nos deja indiferentes, que nos sorprende, que nos invade haciendo florecer infinidad de emociones...

27. Esta investigación me ha hecho pararme a mirar más alrededor para apreciar lo que me rodea y disfrutar de ello, dedicarle más tiempo, tomarme las cosas con más calma... ha sido una experiencia muy positiva y espero que en el futuro este aprendizaje no se vaya desvaneciendo. Por último, si he de hacer una descripción de lo que es belleza, se me ocurre decir que es todo aquello que nos llena de un sentimiento difícil de explicar porque sólo es posible sentir. Es una imagen, un objeto, una sonrisa, una mirada, un paisaje... cualquier cosa que te hace desear que permanezca para siempre grabada en tu vida. Un instante que te llena de emoción y quisieras hacer perdurar.

28. Para mí la belleza es un sentimiento que va en dos direcciones, por un lado parte de mí y se refleja en objetos o personas que me resultan bellas, por otro está en ciertos objetos, paisajes, personas, etc. que contienen belleza. Todo esto depende del estado de ánimo en el que me encuentre y el grado de estrés que tenga ese día. Si el día es bueno y me encuentro relajada todo me parece mucho más bonito y soy capaz de apreciar la belleza que se encuentra a mi alrededor, si por el contrario el estado de ánimo no es el mejor o el estrés es elevado eso impedirá u obstaculizará que pueda apreciar la belleza que hay a mi alrededor y a su vez la vida en general me parecerá algo más deprimente que de costumbre. He aprendido que si aprendo a no ir corriendo a todas partes y estoy relajada soy capaz de apreciar la belleza que me rodea, y cuando la aprecio esto influye positivamente en mí, soy más alegre, positiva y optimista.

29. Para mí la belleza es estar en paz conmigo mismo en un lugar y en un momento determinado. Es sentir tranquilidad, observar cosas que me quedaría visualizando durante horas sin noción del tiempo. La belleza se encuentra en las cosas más cotidianas, y es en esas cosas en las que debemos prestar atención y aprender a disfrutarla, a exprimirla. La mayoría de las cosas que me

han parecido bellas han estado relacionadas con la naturaleza. Creo que esto es debido al inevitable apego que el ser humano tiene con la naturaleza.

30. He disfrutado mucho de las actividades en estas tres semanas. Me han ayudado a dedicarme el tiempo para disfrutar de aquello que me resulta bello y que me hace bien sin importar que estuviera o no planeado, que fuera o no el momento. Me ha servido para encontrar el encanto en lo cotidiano, para agudizar mis sentidos, para pensar en lo que me pasa ante una experiencia bella, para compartir con otros cosas bellas. Puedo decir que para mí la belleza es algo que nos detiene en nuestro andar apresurado porque llama nuestra atención, y nos produce una sensación de completud y tranquilidad...nos llena de vida y armonía. He visto que puede afectarme positivamente incluso si en el momento sólo llamó mi atención pero no me detuve a apreciarla, con solo pensar al final del día en lo que había visto de bello podía experimentar la belleza como si estuviera percibiéndola ahí mismo y entonces recobraba un nuevo sentido y provocaba alguna nueva sensación.

31. Para mí la admiración de la belleza es un elemento fundamental para sentirme conectada con el mundo, para hacer un "toma tierra" y sentirme más relajada. Admirar la belleza me ayuda a tener mi mente más centrada y conseguir descansar de tanta actividad mental. Desde hace años que el contacto con la naturaleza es un recurso para recuperar energía en mi caso. También es cierto, que cuanto más tiempo dispongo más lo puedo hacer y recurrir. En cambio cuanto menos tiempo tengo es más difícil poderlo hacer.

32. Durante el tiempo que ha durado el estudio he podido ser más consciente de lo importante que es para mí la belleza. Suelo ser muy sensible a las manifestaciones que la belleza tiene en nuestro entorno cotidiano. Cuando era más joven solía avergonzarme un poco el efecto que tenía en mí, pues no es raro que ante algo que considero bello se me salten las lágrimas con mucha facilidad. Ahora he superado la vergüenza, así que dejo que esto me pase y lo disfruto. Me conmueve especialmente la belleza que observo en la naturaleza, pero también la que tiene que ver con lo que el ser humano es capaz de crear (la música, la pintura, la poesía...). Me conmueve también la belleza de la bondad, de los gestos (grandes o pequeños) que las personas hacemos por otras personas. Estoy convencida que la capacidad de encontrar, observar y detenerse en la belleza de las cosas cotidianas contribuye mucho a la felicidad, a generar buenos sentimientos, a proporcionar energía y ganas de vivir a las personas que se detienen a observarla. Uno de los sentimientos que más me genera la belleza es el de gratitud, y esta emoción me hace disfrutar mucho más de la vida. Además, observar la belleza me hace sentir conectada de una forma especial con la naturaleza y con los demás seres humanos. El estudio me ha permitido hacerme consciente de todo esto, detenerme más y profundizar en lo que la belleza genera en mí, haciéndola más presente y tangible en mi vida cotidiana.

34. Estas tres semanas haciendo los diferentes ejercicios sobre la apreciación de la belleza, me he dado cuenta que normalmente vivimos rápido y sin mirar nada a nuestro alrededor, de la universidad al trabajo y a casa a la cama, casi nunca andamos tranquilos por las calles mirando el paisaje, y casi no tenemos tiempo de escuchar música o ver una película... pero aunque no tengamos tiempo me he dado cuenta que se puede apreciar la belleza en cosas que no esperas encontrártela si simplemente te fijas un poco más. Yo cojo el metro diariamente y cualquiera pensaría que en el metro, lleno de gente, no hay nada bonito que ver, o eso pensaba yo antes de

empezar con estos ejercicios. La primera semana pensaba que todos los días iba a ser imposible ver algo bello, pero me he dado cuenta que basta con mirar un poco más de tiempo, apreciar la forma, el color, lo que rodea a lo que miras y siempre encuentras algo que te hace pensar y sentir algo distinto. Igualmente, estos ejercicios, considero que me han hecho sonreír más de una vez y acostarme con una sensación diferente todos los días después de hacer el ejercicio, creo que reflexionar antes de dormir sobre lo que durante el día te ha parecido bonito te aporta felicidad y tranquilidad.

35. La belleza es algo que nos rodea todos los días a todas horas y en cada instante, la clave es estar lo suficientemente despierto y consciente como para contemplarla, vivirla y disfrutarla. Vivimos en un mundo lleno de contrastes, donde las cosas buenas y bellas se entremezclan todos los días con las que no lo son. Pero no todo es malo y no todo es bueno, la vida se compone de matices y está en nosotros el querer verlos y destacar lo bello de lo terrible que se presentan cada día en materia social, política, económica, ambiental, etc. Qué difícil sería sobrevivir en un mundo donde lo bello pasa desapercibido. En mi caso, creo que la belleza es algo indispensable en mi vida. Si no me diera el tiempo y la oportunidad más allá de apreciar e integrar a mi vida lo bello, de la naturaleza, de los lugares, de la comida, de los momentos, de las experiencias, de las cosas, de las personas y desde luego de las artes en especial la música, no sólo mi vida sino yo, sería una mujer muy triste. Y es que apreciar lo bello, no significa ignorar o no estar consciente de todo lo demás que pasa alrededor, sino poner nuestro granito de arena eligiendo vivir de una manera más sana y positiva que nos ayuda a ser mejores personas y a vivir en armonía con nosotros mismos, la gente y el mundo que nos rodea.

36. La belleza es para mí, principalmente, una tabla de salvación. Cuando me siento perdida, sola y sin esperanzas, saber que siempre tendré la opción de disfrutar de una bella canción, de un poema profundo, de una bonita ilustración o simplemente de un amanecer, me anima a seguir adelante y me motiva en ocasiones también a mejorar o a realizar alguna acción positiva. La belleza siempre va asociada a multitud de emociones, convirtiéndola en un fin en sí misma.

37. En estas tres semanas, lo que realmente he conseguido es darme cuenta de que la belleza está ahí y que lo único que necesita es que le prestemos atención. Como hemos comentado en alguna sesión, vamos a veces con el piloto automático y no nos fijamos en lo que existe a nuestro alrededor. Así pues, durante estas tres semanas me he planteado donde está la belleza y si la estoy valorando dentro de mi rutina del día a día.[...] En mi caso, la belleza influye en que me hace sentir mejor y afrontar la vida de una manera más positiva, me hace pensar en que dentro de la rutina, el ajetreo y el estrés existen detalles que, si los valoramos como bellos, pueden hacer que todo merezca un poco más la pena.

## **English Summary: Appreciation of beauty and excellence. Development of a measurement instrument and evaluation of an intervention.**

### **Abstract**

Beauty and excellence have been subject of fascination since ancient times, but the ability to appreciate them has started to be studied in psychology only recently. With the emergence of positive psychology, Peterson and Seligman (2004) propose appreciation of beauty and excellence (ABE) as a strength of character, and they define it as the ability to perceive and appreciate beauty, virtue (moral excellence), and talent (not moral excellence) in the physical and social worlds.

This thesis aims to advance our understanding of ABE. We first conducted an extensive theoretical review that includes diverse research areas such as positive psychology or neuroscience (Chapter 2). After the theoretical review, we established the following objectives:

- 1) To investigate the factor structure of ABE, and its relationship to personality, prosociality and well-being, for which we built a measurement instrument of ABE (Chapter 3).
- 2) To assess if it is possible to develop appreciation of beauty, and if it has an effect on the subjective feelings of well-being, hope and self-transcendence, for which we designed and evaluated a training of appreciation of beauty (Chapter 4).

For the construction of the Appreciation of beauty and excellence scale, and the analysis of its psychometric properties, three studies were conducted. In Study 1, we explored the psychological aspects of ABE. We observed that people tend to perceive more beauty than excellence, and they especially find beauty in nature. During the ABE experience, people usually have positive thoughts about the world and people, emotions like awe and wonder, and behaviors towards increasing the knowledge of the perceived stimulus, towards approaching it, and the motivation to imitate the behavior being appreciated. In Study 2, we created a set of items of ABE and assessed them with exploratory factor analysis. In Study 3, we examined a model of three correlated factors (beauty, moral excellence, and non-moral excellence) using confirmatory factor analysis, which showed a good fit to the data, better than models of one and two dimensions. The internal consistency of the factors was good. The three factors correlated generally as expected with the variables of the nomological network. We observed that appreciation of beauty increases slightly with age and education, and women tend to appreciate moral excellence slightly more than men. People high in ABE are more open to the experience, agreeable, extrovert, conscientious, and less neurotic, being openness to experience the factor most strongly related to ABE. Nonetheless, ABE proved to be a unique construct, and not a mere



combination of the five factors of personality. Also, ABE positively correlated with various indicators of prosocial behavior and well-being.

When evaluating the intervention in appreciation of beauty, people indicated that they were more aware of the presence and beauty of the objects and people around them, which were more valued, they were more aware of the emotions that beauty caused, more aware of the things that were particularly beautiful for them and that generated a greater well-being, and paid more attention to a beautiful stimulus when it was perceived. Although the effect of the intervention in appreciation of beauty was not statistically significant, there was a moderate increase in the experimental group after the intervention, which did not occur in the two control groups, and also the experimental group scored higher than the other two groups in the post-test and follow-up, with effect sizes ranging from moderate to large. In addition, the intervention produced a statistically significant effect in the awareness of how beauty affects us, and close to statistical significance in the awareness of the presence of beauty, and in aesthetic attitude. The experimental group scored higher on these variables in the post-test than at pre-test and, higher than the other groups in the post-test. Some of these changes were maintained or continued growing in the follow-up. In addition, the experimental group significantly increased its subjective feelings of well-being, scoring higher than the other two groups in the post-test. Participants noted a higher well-being and frequently experienced emotions like happiness, joy, tranquility, peace, and gratitude. Finally, this thesis ends with the main conclusions and suggests future research (Chapter 5).

## 1. Introduction and objectives

What is beauty? What do we mean by excellence? What is considered beautiful or excellent has varied throughout history and across different cultures. Although there may be common patterns, it depends on the epoch and culture, and even different models of beauty coexist in the same time and some refer to each other through different times. In his *History of Beauty*, Umberto Eco (2004) says we use the adjective "beautiful" and similar expressions such as "graceful", "pretty", "sublime", "wonderful", when we talk about something that we like. He also says that we speak of "beautiful actions" to refer to acts of virtue we admire. According to Eco, the sense of beauty is different from possessiveness, jealousy or envy. One can only see beauty when desire has subsided. Thus, we speak of beauty when we enjoy something for what it is, regardless of the fact that we possess it. Similarly, excellence can refer to virtues and moral qualities of individuals, as well as their talents and abilities that go beyond what is considered normal. A brave person would be an example of moral excellence, while an individual with an artistic or athletic talent would be an example of non-moral excellence. Although not exactly the same, these three concepts (i.e., beauty, moral excellence, and non-moral excellence) are often closely related. For example, when we witness a gest of extreme generosity, we think it is a beautiful gest. Also, it is not uncommon to say "That's beautiful!" when an athlete performs perfectly.

If we look at the definitions of beauty and excellence, we see that the Royal Spanish Academy of Language<sup>23</sup> describes *beauty* as the "property of things that make them be loved, instilling in us spiritual delight. This property exists in nature, in literature and art". *Excellence* is defined as the "superior quality or goodness that makes something worthy of unique appreciation and esteem". If we look for the meaning of the term *virtue*, which would be related to moral excellence, there are several definitions, the most suited to the context of this dissertation being the one related to *moral virtue*. The latter is defined as "the habit of acting right, regardless of the precepts of law, by the goodness of the operation and in accordance with natural reason". When looking for the meaning of *talent*, which would be related to non-moral excellence, we find that among its various meanings, the most suitable for the present work is that of talent as *aptitude*, defined as the "ability to perform a task". An alternative definition of *aptitude* is the "ability and willingness of good performance or practice in business, industry, art, and so on". If we look for *skill*, which would be also related to non-moral excellence, there are two definitions that fit the concept of excellence used here. The first defines *skill* as the "ability and willingness at something", and the second as "each of the things that a person performs with grace and ability". *Excellence* can be also understood in some areas, such as education, as a target for performance criteria. Therefore, although beauty, virtue and talent/skill are distinct concepts, they share their relationship with goodness, not only in the moral sense, but in the sense of righteousness or perfection. Appreciation of beauty and excellence (ABE), thus, is the ability to detect this goodness or perfection in the physical and social worlds (Haidt & Keltner, 2004). While these definitions help us to understand to some extent what beauty and excellence are, it is

---

<sup>23</sup> Translations from Spanish to English of these definitions were made by the author of the dissertation.

obvious that none of these concepts are easy to define. In fact, a common adjective for beauty is *ineffable*. Beauty and excellence are related to the wonderful. These concepts escape rational understanding and belong more to the realm of intuition, and it is precisely for this reason that the theme of beauty has generated so much debate over history.

Reflections on aesthetics focus mainly on beauty, but also involve the two types of excellence, i.e., extraordinary virtues and skills, as if they were part of a broader concept of beauty that goes beyond the strictly physical beauty, such as, the one we perceive in art or in nature. After reading several reviews on aesthetics and various philosophical works on the subject, we extracted several ideas that could be relevant for the purpose of this thesis. These ideas are presented in the following paragraphs.

1. There is no single definition of beauty, but the experience of beauty itself is similarly described by different thinkers throughout history. Individuals seem to perceive harmony and perfection in the beautiful stimulus, up to the point that it is conceived as divine. Also, individuals seem to experience an intuitive perception of the essence of the beautiful objects, of their true and permanent nature. This leads to self-transcendence and to a symbolic fusion between the self and what is beautiful or excellent.

2. Beauty and excellence often appear as identical or related concepts. For example, for ancient poets, the concept of rightness attached to beauty extends to the whole field of human acts, from athletics, to rhetoric and to spiritual qualities. According to Plato, the supreme beauty is linked to the idea of truth and goodness, not only in the sense of moral goodness, but also in the sense of perfection. According to Aristotle, beauty is a synthesis of something moral (selflessness) and something aesthetic (greatness).

3. When experiencing ABE, individuals undergo self-transcendence and a transfiguration. They feel a symbolic fusion with the object appreciated and a metamorphosis. Through a kind of empathy, certain features of the object are transmitted to the psyche of the beholder. Moreover, this experience of self-transcendence is characterized by a different state of consciousness, where time seems to stop and the person feels transported to another world.

4. Beauty and excellence are disinterested. According to Eco (2004), the sense of beauty is different from possessiveness, jealousy or envy, and beauty can be appreciated only when the desire is relieved.

5. ABE involves the acquisition of an intuitive, deeper knowledge about the world, related to the essence of objects, which seems to have a sedative effect. For example, according to Schopenhauer, the contemplative knowledge, where the essence of objects is intuited, may be the beginning of a conversion. Through the intuition of those essences, we recognize an identity with others and with the whole. Moreover, the aesthetic contemplation is a very particular catharsis

akin to a state of truce in which the will and the suffering it causes are numbed. Art, thus, becomes a therapy and a gnosis, it reveals the intelligibility of the world, a knowledge of the essence by the pantheistic feeling ("You are that") (Bayer, 1961). According to Ferrucci (2008), beauty is a powerful tonic that gives us hope and strengthens our relationship with the world.

6. ABE occurs intuitively, not after a logical or rational deliberation. Intuition is what allows beauty to be manifested in the appearance of objects. For example, according to Walter Pater, sometimes things appear with a new light, a previously unknown intensity, and are charged with meaning. We understand that only in those moments we fully experience those objects, and think that life is worth living just to have such experiences (Eco, 2004).

7. The beautiful and the sublime are distinct notions associated with the aesthetic experience, but sometimes they overlap. This differentiation may be relevant for the study of ABE because although the beautiful, the sublime, and the excellent frequently overlap, their experience may present different nuances. According to Eco (2004), Longinus (1<sup>st</sup> century) was the first to speak of the sublime. He considers the sublime as an expression of great and noble passions. For Longinus, the sublime is an effect of art, not of nature. Regarding its effects, Longinus says, "For our soul is raised out of nature through the truly sublime, sways with high spirits, and is filled with proud joy, as if itself had created what it hears." (quoted in Eco, 2004). In the 18<sup>th</sup> century, the idea of the sublime emerges again, though related primarily to nature and not to art, as suggested by Longinus (Bayer, 1961). The universe of aesthetic pleasure is divided into two regions, the beautiful and the sublime, although these regions are not completely separated because the experience of the sublime has many of the characteristics attributed to the experience of the beautiful.

Mendelssohn distinguishes two forms of the sublime: one related to vastness, and one associated to power. Power, genius and virtue belong to the realm of the sublime and its incommensurability elicits a sense of dread that has the advantage of not being mixed with disgust. Two elements can be found in the experience of the sublime. First, a sense of dread that comes from the perception of greatness or power that exceeds ours, but without any undue stress. The second element is a feeling of power. The sublime is the strength of perfection and causes admiration. In opposition to the sublime, beauty devoid of force is called grace (Bayer, 1961).

According to Kant, the sublime arouses fear, but the human being is not dominated by this fear and offers resistance, though he knows resistance will be vain. In this sense of vanity of that effort lies the sublime. For Kant (1764/2008), the sublime and the beautiful differ in several aspects. For example, beauty is in the shape of the object, while the sublime has no shape: it is something infinite that goes beyond the human ability to understand. Beauty is pure pleasure, while the sublime is a mixed pleasure. Furthermore, the formal order of the beautiful object is in the object itself, while the sublime is only found in the act of apprehension, hence, there are no sublime objects. To illustrate the difference between the emotions produced by beauty and the sublime, Kant (1764/2008) describes the facial expression of the feeling of the sublime as

serious, rigid and astonished. By contrast, the sense of beauty is expressed by the eyes as a splendid serenity, by the smile and often by a clear joy (p.32). Also, the sublime can sometimes be accompanied by true horror, melancholy, or by a quiet admiration. The sublime produces respect and seriousness, while beauty causes love. The sublime must always be great while beauty may be small. Also, according to Kant, actions motivated by feelings of kindness and compassion would be beautiful, while those motivated by principles would be sublime. With respect to the opposites, the one of beauty would be disgust, while the opposite of the sublime would be the ridiculous.

8. There may be individual differences in ABE. In England, during the 18<sup>th</sup> century, some ideal descriptions, i.e., more divine than human, emerged of what could be considered a person high in ABE. Shaftesbury describes the virtuous, i.e., a subject experienced in all grades and orders of beauty. He always seeks the highest aspect of each species. He is not just attracted by the beauty of a face or a body, but he is attracted by life itself, by the spirit. He looks for ways to combine various beauties that affect communities, relationships, and tasks. He looks for the good of the human species and moves towards virtue. The true aesthetic pleasure is a moral pleasure. Beauty always requires a certain ethical attitude. The virtuous likes proportions, the unity of the systems of the different creatures in the world. He is sensitive to the harmonies and discords, so any disturbance in the universe makes him suffer. However, according to Shaftesbury, if the person does not naturally have this sense for harmony, he would strive in vain to acquire it (Bayer, 1961). David Hume also refers to the existence of individual differences in ABE: an obvious reason why many do not experience the right feeling of beauty is the lack of that delicacy of imagination which is necessary to be sensitive to subtle emotions (Eco, 2004, p. 276). Schopenhauer suggests differences in ABE due to the capacity of intuition. As a final example, Baudelaire speaks of artists, who see injustices where non-poetic eyes are not able to see them. This poetical irritability is a corollary of a lively perception of truth, justice, and proportion, in a word, of beauty (Bayer, 1961).

9. There may be cultural differences in ABE. Winckelmann, captivated by the excellence of Greek art, makes an interesting assessment of the influence of the environment in the creation of beauty (which could possibly be extended to its appreciation). For Winckelmann, the weather, the sky, the sun, the atmosphere, the Greek language with its musical timbre, the splendid bodies of the Greeks embellished by the athletic games, and the influence of the dramatic theater, helped create beauty and art in Greece (Bayer, 1961). Kant also relates the capacity to experience beauty and the sublime with different European nationalities. According to Kant, the Italians and the French would be distinguished by their sense of beauty, while the Germans, the English and Spanish would be distinguished by having a greater tendency to experience the sublime. The Dutch, however, "just look at what is useful, they have little feeling for what is beautiful or sublime" (p. 101, Kant 1764/2008).

10. While most thinkers recognize that the feeling of beauty is innate and universal, it is unclear to what extent education influences its development. For example, Shaftesbury thinks that when making an aesthetic or moral judgment, one should not rely on the general opinion and on fashion. The appreciation of beauty is so obvious that a scholarly speculation would obscure it. Shaftesbury thinks that taste is an internal rule that every human being carries within himself, but also believes that education should refine it. Other thinkers completely discard the role of education. Hutcheson, for example, thinks that the sense of what is right and what is beautiful are the same, which is natural and immediate. It is an inner, unalterable sense that does not come from education. Ferrucci (2008) also thinks that, to appreciate beauty, it is not necessary to be prepared or to be educated, though sometimes this can help. He believes that for the aesthetic experience to be intense and true, one must be free in the expression of his own judgment and free from social conditioning. Perhaps the most successful education would not be the one that dictates standards of beauty, but the one that offers opportunities to develop this innate ability.

11. Certain factors seem to inhibit ABE. For example, Henry Home of Kames believes that fashion, through novelty, along with customs and habits are the causes of taste disturbance. Selfishness may be another factor that would hinder ABE. According to Kant (1764/2008), the selfish person "does not have in any way appropriate organs to perceive the noble trait of a poem or an heroic virtue" (p. 60). For Ferrucci (2008), we ignore beauty for several reasons. First, because we are too distracted, too busy, and always in a hurry. Second, because beauty is considered, wrongly, something frivolous. Third, many of us think we do not deserve beauty, or we think we have to be educated to appreciate it. According to Ferrucci, although it is possible that knowledge can help understand and appreciate beauty, it is equally true that beauty is free and available worldwide in various ways. Fourth, Ferrucci believes that some people are afraid of beauty. They know that appreciation of beauty requires one to lower his guard, to become more vulnerable, more open. There is also fear of disintegration, of the possibility that if we open ourselves to beauty our personality will change forever. Fifth, having preconceived ideas or prejudices about when and where we can find beauty may also inhibit its appreciation. Also, Ferrucci thinks that society exploits our need for beauty through commodification, convincing us that beauty can be possessed, making it a commodity and persuading us that by possessing it we will be happy. In consumer society, individuals are pushed to own beautiful objects, but they are frequently attached to our comfort and our social prestige, and this has little to do with true appreciation of beauty.

12. ABE may be relevant for well-being. ABE is described in philosophy as a positive experience, not only for the pleasure involved, but also because through ABE individuals feel fulfilled, expand their consciousness beyond their own concerns and needs, feel connected to the environment, acquire new knowledge of the world, see it with better eyes, change for the better and feel motivated to behave in a way that preserves the harmony of the world. Therefore, ABE

may have important implications for the well-being of the individual but also for the well-being of others. These notions are closely related to current psychology proposals on well-being, such as psychological well-being, self-transcendence, or the feeling of being in harmony with the world. Schiller, for example, stated that one of the ways to attain virtue and happiness is through beauty.

In short, the reflections of various thinkers throughout history suggest that, despite the difficulty to define beauty, their descriptions of the experience of ABE present common characteristics that can shed light on our understanding of this quality. In this sense, self-transcendence is key. There also seems to be an agreement in the fact that with ABE, one acquires an intuitive knowledge of the deeper aspects of reality. Another aspect that arises from our review is the close relationship between beauty, moral excellence, and non-moral excellence. We have also seen that the response to beauty is not uniform, but reactions are diverse. Moreover, philosophers raise other interesting ideas such as the possible existence of individual and cultural differences in ABE, the existence of certain factors that can inhibit this experience, and its possible relation with the well-being of individuals and societies.

However, despite the fact that beauty and excellence have been a subject of fascination and debate since the ancient times, the ability to appreciate it has been considered as a topic in psychology only very recently. With the emergence of positive psychology, research on the positive traits of human beings was established as one of its pillars, together with positive subjective states and positive institutions (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). After several years of work in which multiple sources of information were reviewed, Peterson and Seligman (2004) published the manual *Character Strengths and Virtues*. The authors presented a classification of virtues (Courage, Humanity, Transcendence, Wisdom, Temperance and Justice), each of which encompasses various strengths up to a total of twenty-four (e.g., spirituality, perseverance and humility). They defined virtues as the characteristics of a good person, in moral terms, valued by moral philosophers and religious thinkers, while strengths would be the psychological aspects that define virtues, i.e., the specific personality traits that have a moral value.

Appreciation of beauty and excellence is included in this classification as a character strength that belongs to the virtue of transcendence because it allows individuals to connect with the larger world and to provide meaning. Peterson and Seligman (2004) define this strength as the ability to perceive and appreciate beauty, virtue and talent in the physical and social worlds. The research line of virtues and strengths posed by Peterson and Seligman (2004) is a novel proposal since it suggests the scientific study of different moral personality traits which had not been studied in psychology yet (at least many of them). Beyond the scientific interest that these traits have in themselves as part of human nature, the authors realized that if one of the goals of psychology in general, and in particular of positive psychology, is the study of lasting happiness, it was necessary, first, to study those characteristics that are stable over time and across different contexts and, second, to extend the study of these stable characteristics to the moral sphere,

following the proposals of great philosophers like Aristotle, for whom the development of virtues is the true way to happiness. The introduction of this novel approach, therefore, opened a vast and fascinating range of new possibilities for research in psychology. Since then, several studies have been conducted that have provided initial evidence on the nature of strengths, but the attention that each of them has received has been unequal. For example, strengths such as hope or gratitude have been the subject of numerous investigations, while appreciation of beauty and excellence has received little attention.

Why could this happen? One of the possible reasons that contributed to this gap could be the elusive nature of beauty due to its relative subjectivity, which may have given the impression that its study is beyond the methods of psychology and, therefore, seems more reasonable to leave this subject as a matter of philosophical inquiry. While being aware of the difficulty of the study of this strength, we believe, however, that in the same way that psychology studies happiness or fear, appreciation of beauty and excellence could be studied if we focus on the experience of the beholder rather than on the characteristics of the beautiful object or the excellent person. It is possible that the way individuals live this experience is universal, although the aspects of what is considered beautiful or excellent depend, in part, on the culture and the historical moment. Also, aware of the important role that beauty and excellence have had in the ideas of the greatest philosophers, artists and thinkers of History, we had the intuition that this strength could be beneficial for people who own it, and also for those around them. For this reason, we decided to carry out this thesis on appreciation of beauty and excellence, in order to fill this gap and advance the state of the art in this strength, and to provide other researchers with a basis for the further investigation.

In addition, we believe it is necessary to rescue the values of beauty and excellence and, through them, to foster the appreciation and respect for other living beings and the environment for their intrinsic value, and to develop the excellence, both moral and non-moral, in humans. Furthermore, we live in an age of acceleration that can be counterproductive to our well-being. Aristotle thought that human beings capable of contemplation are the happiest ones, for the effect of contemplation itself. However, it seems as if today there is no room for contemplation. This could be, partly, because of the pervasive feeling of lack of time, and also, because our attention is excessively focused on our own thoughts, what implies less attention to the world and to the people around us. We need to recover our ability to contemplate and reconnect with other people, with other living beings and the Earth. We believe that appreciation of beauty and excellence plays a key role in this task. Even if, in this thesis, we do not intend to achieve this broad goal and we only focus on more specific aspects that represent a first step in ABE research, this view is one of the motivations behind our work.

Taking as the starting point the proposal of Peterson and Seligman (2004), this thesis focuses on appreciation of beauty and excellence as a character strength. Our objective is to expand our knowledge about ABE and to provide, for the first time, initial answers to a number of research questions.



First, we examine the dimensional structure of appreciation of beauty and excellence and try to answer the question of whether this strength is composed of the three proposed dimensions of appreciation of beauty, virtues and talents, respectively, or if on the contrary, the appreciation of these three aspects of the social and physical worlds are completely independent. Also, we explore the psychological aspects that characterize the experience of appreciation of beauty and excellence, i.e., thoughts, emotions, behaviors and motivations that often accompany this experience. Moreover, we evaluate the relationship of this strength with different sociodemographic, personality, well-being and prosociality variables. Additionally, we explore whether it is possible to develop this strength and if it keeps a causal relationship with well-being.

To achieve our goals, we carry out a series of studies that correspond to the remaining chapters of this thesis. In Chapter 2, we present an extensive review of the theory and the empirical evidence related to ABE (not included in this summary). We start by defining this strength and comparing it with related but different psychological constructs. Then, we discuss its relationships, observed in existing studies, with other character strengths, with the five factors of personality, and with well-being and socio-demographic variables. Also, we review the extent to which appreciation of beauty and excellence meets the criteria to be considered as a strength. Since studies of this strength are scarce, we extend our review to other fields of knowledge beyond character strengths research, such as neuroscience, sociology, and psychology of religion and spirituality, aesthetics, evolutionary, environmental, personality and emotion. We also investigate what measurement instruments of this strength already exist and what interventions to develop ABE have been assessed. Following this theoretical review, we claim the necessity to develop an instrument to measure appreciation of beauty and excellence as a character strength that covers the three proposed dimensions (beauty, virtues and talents), and to design and evaluate an intervention.

In Chapter 3, we present the construction of the Appreciation of Beauty and Excellence Scale (EABE) and the analysis of its psychometric properties. Three studies are conducted. In Study 1, we explore the psychological aspects of the three dimensions of appreciation of beauty and excellence. In Study 2, we create a pool of items covering the three proposed dimensions and assess them with exploratory factor analysis. In Study 3, we examine the final version of the scale using confirmatory factor analysis. We also compare several structural models and assess the nomological network of ABE. Finally, we present a series of analyses to provide additional evidence of validity and reliability of the scale.

In Chapter 4 we describe the design and evaluation of a pilot intervention to increase appreciation of beauty. We empirically test whether it is possible to increase appreciation of beauty through a series of intentional activities in a short period of time. We also examine whether such training produces some more general outcomes, i.e., an increase in subjective feelings of well-being, hope and self-transcendence. Since this is a pilot study, we also ask participants their opinion about the exercises that constitute the intervention, in order to improve it in the future.

Finally, in Chapter 5, we present the main conclusions of this thesis and suggest future lines of research.



## **2. Development of the Appreciation of Beauty and Excellence Scale (EABE) and analysis of its psychometric properties**

### **2.1. Introduction**

The development of the EABE was guided by three goals: 1) to assess appreciation of beauty (B), appreciation of moral excellence (ME), and appreciation of non-moral excellence, i.e., the three proposed components of ABE; 2) to meet traditional psychometric standards; and 3) to develop a valid brief stand-alone measure that could be used in survey research and applied settings. Such instrument will help us to better understand this construct, specifically, its dimensional structure, and its relationships with other psychological constructs, especially, with constructs related to personality, prosociality and well-being. For this purpose, we conducted three studies. In Study 1, the experience of ABE was explored. Participants recorded their experiences of ABE on a daily basis over a 10-day period, and later they described their thoughts, emotions, motivations and behaviors associated with these experiences. In Study 2, a pool of items assessing ABE was developed and evaluated with exploratory factor analysis. Selected items were retained for the scale development. In Study 3, the final version of the scale was evaluated with confirmatory factor analysis. Different structural models were contrasted. Additionally, the nomological network of ABE was examined. Further analyses offered additional evidence of the validity and the reliability of the scale.

### **2.2. Description of studies**

#### ***2.2.1. Study 1: Exploration of the psychological aspects of appreciation of beauty and excellence***

##### **2.2.1.1. Method**

###### *Participants*

Eleven female undergraduate students of psychology at the Universidad Complutense de Madrid (Spain) (average age = 22,  $SD = 2.73$ , range = 20-28) participated voluntarily and received a small bonus in their grades.

###### *Procedure*

Participants received a series of questions by email, and were requested to send their answers by email to the researcher every evening over a 10-day period. Participants were instructed as follows:

In life, sometimes certain situations or stimuli attract our attention for their beauty (e.g., in art, music, nature) or their character of excellence (e.g., the skills, talents or virtues of others). Often these situations produce certain emotions and make us feel connected to what caused them. Please, first describe in detail five specific situations where you have recognized something beautiful or excellent today and to which you felt connected in some way and then, answer the following questions. For each situation you describe, please use all the space you may need, the more information you can provide, the better. Thank you very much for participating in this study.

For each of the situations described, participants were requested to write their (a) thoughts, (b) emotions, and (c) behavior or motivation to do something. We also asked them to specify the stimuli and the features of these stimuli that caused these thoughts and emotions. A coding scheme to categorize the narrative features of the answers was developed on the basis of both (a) theoretical considerations and (b) a reading of the participants' answers. A randomly chosen subset of 70 situations was coded.

### **2.2.1.2. Results**

#### *Beauty, moral excellence and non-moral excellence*

The situations described by participants were coded as episodes of appreciation of beauty (B), of moral excellence (ME) and of non-moral excellence (NME), being episodes of appreciation of beauty the most common ones. Experiences of appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence were mentioned with the same frequency. In addition, some of the situations reported depicted more than one type of appreciation simultaneously.

#### *Stimuli*

Regarding the stimuli, some of them were coded in more than one category. Out of all the situations related to appreciation of beauty, 51.51% involved nature (landscapes and animals) and 39.39% involved art (music, photographs and drawings). Other situations of appreciation of beauty involved other people, relationships between living beings (i.e., between human beings, between other animals, and between humans and other animals) and urban landscapes. In relation to moral excellence, participants appreciated features of other people that could be coded as character strengths, as defined by Peterson and Seligman (2004). Out of the appreciation of moral excellence situations described, 90% involved the virtue of courage (bravery, vitality, persistence, and integrity), 30% the virtue of humanity (kindness and the capacity to love and being loved), and 10% transcendence (gratitude and humor). With regard to non-moral excellence, participants described situations that involved an optimal performance, e.g., a person

who was the first one to achieve something, or a person who had a special characteristic, such as an extraordinary talent. Most part of the non-moral excellence stimuli were also coded according to areas of human performance such as art, sport or intellectual activities. Most of these situations, 47.61%, were related to art (musicians, plastic artists and film directors).

### *Thoughts*

Regarding the thoughts reported by participants when appreciating beauty, moral excellence and non-moral excellence, most of them were just expressions of appreciation and wonder such as “It was so beautiful!” (appreciation of beauty), “What a brave person” (appreciation of moral excellence), or “He is so good!” (appreciation of non-moral excellence). When appreciating beauty, some participants also reported the wish to perceive the stimulus in person, for example, by going to the place depicted in a picture. Other participants just pointed out the perfection of nature while others thought it was sad that the beautiful place being appreciated was going to disappear and, therefore, that they would not be able to see it any more. Some participants also reported that they did not remember their thoughts, or that they were not thinking of anything. Regarding appreciation of moral excellence, in some participants, the appreciation of certain strengths in a specific person led to a broader reflection of those particular strengths, thinking of other people who also had them. In some individuals, appreciating the moral excellence of others inflicted a sense of hope. Also, some participants thought about the things they could change in themselves, i.e., appreciating moral excellence on other people brought about a reflection and a desire to improve as a person. Once again, some participants said they did not think of anything in particular. With reference to non-moral excellence, some participants reflected on the achievement of the excellent person being appreciated. Other subjects expressed the desire to develop the same specific skill of the person being appreciated. These participants appreciated skills that overlapped with their own skills or interests, and then they felt motivated to develop that specific skill, but not others. Finally, some participants thought about the boundless capacity of achievement of human beings, what could imply a sense of hope.

### *Emotions*

With regard to the emotions experienced when appreciating beauty, moral excellence and non-moral excellence, participants mainly experienced wonder, admiration, joy, and pleasure or a pleasant sensation in general. Regarding beauty, it is worth noting that the emotions of tenderness and affection were reported in situations that reflected love between living beings. Other emotions reported were a sense of peace and tranquility, hope, liveliness, curiosity, flow and fulfillment. Also, it is interesting to point out that, although the emotions experienced were primarily positive, some participants reported sadness when appreciating beauty. For example, one participant described a natural landscape and said she felt sad because human beings were destroying the beautiful planet we live in. Regarding moral excellence, besides wonder,

admiration, joy, happiness, excitement and a pleasant sensation, participants also reported hope, curiosity, feeling motivated, although they did not specify to do what, a bittersweet sensation, tenderness and relaxation. As for non-moral excellence, besides wonder, admiration, surprise, joy and a pleasurable sensation, participants experienced curiosity, empathy, an increase in energy, hope, motivation, inspiration and a bittersweet sensation. Regarding the bittersweet sensation experienced when appreciating moral excellence and non-moral excellence, for instance, one participant appreciated the bravery of a journalist (moral excellence) who was fighting against corruption in her country, but this situation reminded her of the corruption in her country and made her feel worried. Considering this bittersweet sensation and the feeling of sadness that in some cases appeared when appreciating beauty, although it is possible to think of these situations as being contaminating the analysis of the emotions associated with ABE, it is worth considering them for the analysis since they might provide information regarding the subjective experience of ABE. For example, they might suggest the existence of a contrast in order to appreciate excellence, or the possibility to appreciate beauty in the hardships of life.

#### *Behaviors and/or motivations*

In the case of beauty, the most common behavior was to continue perceiving the stimulus, including taking pictures of the object, as a way to retain the image, and going to the place depicted in an image to see it in person. Therefore, participants mainly wanted to perceive the stimulus longer and better. Participants also reported telling other people about the stimulus. Some persons also mentioned they interacted in some way with the object being appreciated, for example, by touching it in the case of a dog, or by looking and smiling at a person. Other participants reported as well the motivation to take care of the beautiful object. For example, some participants reported a sense of obligation to take care of the planet after appreciating the beauty of nature. Other reported behaviors included, e.g., creating something beautiful, doing nothing, and feeling the energy to do something but not knowing exactly what.

Regarding behaviors or motivations associated with moral excellence, the most frequently reported behavior was to connect or interact with the excellent person. For example, some participants expressed the wish to take care of that person, to hug her, to help her, to smile at her, and to personally thank her. However, it is worth noting that in most of the situations where participants reported these motivations, they were appreciating the resilience of a person in difficult circumstances. Therefore, it would be possible that this reaction is due to a feeling of compassion toward that person, rather than a sense of appreciation of her excellence. Some participants also experienced motivation to behave in moral ways, reflecting the type of moral excellence appreciated. For instance, one of the participants said she felt motivated to work in an NGO after knowing the case of a psychologist who founded a NGO to help people with AIDS. Other answers included doing nothing, continuing to perceive the excellent person or wishing to know more about her, and telling other people about the excellent person.

In relation to the behaviors or motivations associated with non-moral excellence, the most frequently reported one was to prolong the perception of the excellent person, e.g., watching the excellent person performing in person, and getting to know more about that person. Some participants were motivated to develop the same skills being appreciated, for example, related to a specific sport or to an intellectual interest in philosophy. Participants also expressed their motivation to connect or interact with the excellent person, for instance by recognizing her personally for her merit, by asking her about her achievement, or just by talking with her. Other motivations or behaviors reported included to tell other people about the excellent person, and to do nothing.

### **2.2.1.3. Conclusion**

This study explored the kind of stimuli, thoughts, emotions, behaviors and motivations associated with the three dimensions of ABE. The situations described were mainly related to beauty. Episodes of moral excellence and non-moral excellence were reported with the same frequency. In some cases, the situations reported depicted more than one type of appreciation simultaneously. Regarding the kind of stimuli for beauty, they were related mainly to nature, but also to art, other people, relationships between living beings, and urban landscapes. Moral excellence was especially appreciated in other persons' courage and resilience, but also in their kindness, vitality, persistence, capacity to love and being loved, perspective, gratitude, humor, and integrity. Non-moral excellence was associated with another person's optimal performance, achievement, and personal qualities, such as talent or intelligence, especially of artists, intellectuals, and athletes.

The thoughts associated with ABE were mainly expressions of wonder and appreciation, but also reflections about the outstanding qualities of the object or person being appreciated, the desire to perceive during more time the stimulus, the motivation to be a better person or to develop the skills appreciated, and some sense of hope. It was also the case that some participants did not think of anything.

In general, participants mainly experienced the emotions of wonder, admiration, joy, and a pleasant sensation. Besides these, other emotions reported in appreciation of beauty were tenderness, affection, empathy, sense of peace and tranquility, hope, liveliness, curiosity, flow, fulfillment and sadness. In appreciation of moral excellence, other emotions were hope, curiosity, a feeling of motivation, a bittersweet sensation, tenderness and relaxation. In non-moral excellence, other emotions were curiosity, empathy, energy, hope, motivation, inspiration, and a bittersweet sensation.

Finally, regarding the behavioral manifestations and motivations of ABE, these were mainly to continue processing the stimulus, to keep interacting with it, to take care of it, to tell other people about it, and a motivation to generate more excellence and beauty, i.e., to emulate the behavior of the excellent person in the case of moral excellence and non-moral excellence, and to create something beautiful in the case of appreciation of beauty.



The results from this study were considered, together with other sources of information, for the creation of a pool of items intended to assess the three dimensions of ABE. The creation of this item pool and a first assessment are described in Study 2.

## ***2.2.2. Study 2: Development of the item pool and exploration of the underlying factors***

### **2.2.2.1. Introduction**

The aim of Study 2 was the initial development of the Appreciation of Beauty and Excellence Scale (EABE). An initial item pool was generated and analyzed with exploratory factor analysis (EFA) in order to test whether the expected three-factor structure emerged. Selected items were retained for subsequent analysis (Study 3).

### **2.2.2.2. Method**

#### *Development of the item pool*

Items were developed to measure the a priori three-factor definition of ABE. Specifically, 19 items were created to assess appreciation of beauty, 21 items to measure appreciation of moral excellence, and 21 items to evaluate appreciation of non-moral excellence, resulting in a total of 61 items. These items were derived from the descriptions of ABE by leading theorists and researchers in this area (e.g., Keltner & Haidt, 2004; Shiota, Keltner & Mossman, 2007; Algoe & Haidt, 2009), literary and philosophy texts (e.g., Eco, Bayer, Kant, Cheng, Gadamer, Ferrucci), discussions with colleagues, and the content of the journals of ABE written by participants in Study 1.

We focused on the subjective experience of individuals when they appreciated beauty or excellence rather than on their judgments of what is beautiful or excellent. Given the relative subjectivity of the domain fields where beauty and excellence are appreciated, we tried to formulate the items in a broad sense, avoiding, when possible, over-specifying the situations such as art or nature, but at the same time offering some examples, when necessary, that could help the respondent to understand the question. In this sense, we also tried to avoid specific situations in the items such as enjoying theater or paintings (as in the VIA-IS) in order to obtain a more culture-free scale. It seems easier to understand the term beauty than moral or non-moral excellence, so in these latter cases we used other words to refer to excellence, as for instance, special talent or extraordinary goodness. To further clarify the meaning of the items assessing excellence, we included some examples that mainly reflected the situations or contexts that appeared to be more common, considering mainly the results from Study 1. Additionally, following the suggestions of individuals who reviewed the scale before it was launched, the

instructions included some examples of where one may find beauty, moral excellence and non-moral excellence, in order to clarify the focus of what we were intending to measure.

Additionally, given that on the one hand, ABE is characterized for the experience of self-transcendent emotions (Keltner & Haidt, 2004), and on the other hand, the thoughts associated with ABE do not seem to be so distinctive, and in general there is an absence of a clear behavioral response, we tried to focus mainly on the subjective emotional experience of the individuals rather than on their thoughts and behaviors. Also, although the three dimensions of ABE are supposedly strongly related and may considerably overlap in some situations, for scientific purposes we tried to define the items of each dimension considering those aspects that we considered were more idiosyncratic. Moreover, we tried to include high arousal and low arousal emotional responses to evaluate the two possible reactions associated with the sublime and the beautiful. Furthermore, although emotions of joy and happiness frequently emerge when experiencing ABE (see Study 1), we excluded items depicting general expressions of well-being to avoid assessing positive affectivity trait instead of ABE.

Each item was expressed as a statement (e.g., “I am a person who is very sensitive to beauty”), with which participants expressed their agreement on a 1 to 5 Likert-type scale (1 = I completely disagree, 2 = I disagree, 3 = I do not agree nor disagree, 4 = I agree, 5 = I completely agree). Twenty-four items were reverse-scored in an attempt to minimize response sets. A small group of colleagues reviewed the items and the instructions to check that they were unambiguous and understandable.

### *Sample and Procedure*

One hundred and fifty-four participants (101 women, 53 men) participated in Study 2. Ages ranged from 18 to 80 years, with an average age of 30.42 ( $SD = 14.05$ ). Most of the participants had achieved secondary education (55.2%), 32.5% tertiary education, 10.4% primary education, 0.6% had not received formal education, and 1.3% did not report their education. Regarding the nationality, 90.7% were Spanish, 1.9% Argentinian, 1.9% Colombian, 0.6% Ecuadorean, 0.6% Italian, 0.6% Peruvian, 0.6% Portuguese, 0.6% Romanian, 0.6% Venezuelan, and 2 % did not report their nationality.

In order to recruit participants, the study was advertised with posters in the School of Psychology at the Universidad Complutense de Madrid (Spain) as part of an 8-hour seminar about positive psychology and character strengths that we offered to the general public. The study was also presented in several classes in the same School of Psychology, offering students the possibility to participate and receive a small bonus in their grades. Prospective participants were informed about their right to withdraw at any time, and were assured of confidentiality. Participants were requested to find other five participants among their acquaintances, friends and relatives. We expected to obtain a more diverse sample through this snowball method. Participants received a packet containing 6 sheets with the scale (one for them and other five for the participants they were requested to recruit) and were given one week to return it. Upon

completion of the paper-and-pencil scale, participants were debriefed on the nature of the research.

The 61 items comprising the three dimensions of the ABE scale were presented in an alternate way, in order to prevent an inflation of the correlation between the items belonging to the same dimension (i.e., appreciation of beauty, moral excellence or non-moral excellence). Besides reporting their agreement or disagreement with each of the statements constituting the scale, participants were also instructed to report any items that were ambiguous or difficult to understand. A blank space was provided so that they could make any comment on the items.

### **2.2.2.3. Results**

#### *Item reduction*

An exploratory analysis of data was performed in order to assess items' distributions, range of responses and item-total correlations. We removed items with a very asymmetrical distribution and items showing less than a full range of response on a 5-point Likert scale (9 items in total). We then conducted a reliability analysis and removed items with an item-total correlation below .25 (6 items). Forty-six items were retained for further analysis.

#### *Exploratory factor analysis of the initial item pool*

A principal axes analysis with an oblique rotation (Promax) was conducted with the remaining 46 items. Eleven factors with eigenvalues exceeding 1 emerged. Items loading below .40 in all factors and items loading more than .40 in more than one factor were deleted. We repeated this analysis successively, eliminating items according to this criterion. Additional items were removed in order to reduce the length of the scale, retaining those items with the highest total item-correlation, and those items best representing the three dimensions we intended to measure.

Finally, fifteen items were retained<sup>24</sup>. A principal axes analysis with an oblique rotation (Promax) was repeated. Bartlett's test suggested that the data were suitable for an EFA,  $\chi^2(105) = 907.861$ ,  $p < .001$ , and the Kaiser–Meyer–Olkin measure indicated that there was an adequate sample size for this specific analysis (.885). Three factors with eigenvalues exceeding 1.0 emerged, accounting for 57.9 % of the total variance. A visual inspection of the scree plot supported this finding. The three factors were readily interpretable. Factor 1 comprised items corresponding to appreciation of beauty. Factor 2 comprised items corresponding to appreciation of moral excellence. Factor 3 comprised items corresponding to appreciation of non-moral excellence. Each item strongly loaded on only one of the three factors (all items  $> .45$  in one factor and  $< .23$  in the other two factors) and item-total correlations were adequately high (all  $>$

---

<sup>24</sup> Although the goal was to select fewer items for the final scale, we wanted to test again these 15 items in a different sample before deciding which items to retain.

.40, except one item with a factor loading of .37). Table 1 shows the items' means, standard deviations, factor loadings and total-item correlations.

*Table 1. Means, standard deviations, factor loadings, and item-total correlations (N = 154)*

Scale Item	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Factor</i>			<i>I-T</i>
			1	2	3	
abe16	3.94	0.95	<b>.62</b>	.22	.05	.75
abe25	3.40	1.04	<b>.68</b>	.10	.03	.68
abe31	3.06	1.06	<b>.87</b>	-.15	.03	.62
abe34	3.10	1.13	<b>.78</b>	-.01	-.01	.64
abe55	3.22	1.13	<b>.62</b>	.01	.03	.55
abe8	3.95	1.05	-.03	<b>.61</b>	-.04	.44
abe14	3.73	0.95	.12	<b>.55</b>	.01	.56
abe17	3.69	0.95	-.02	<b>.55</b>	.11	.51
abe53	3.83	0.91	.14	<b>.75</b>	-.18	.58
abe56	3.79	1.01	-.16	<b>.81</b>	.11	.60
abe6	3.66	0.96	.02	.21	<b>.46</b>	.55
abe21	3.88	0.89	.02	.08	<b>.54</b>	.50
abe42	3.41	0.93	.01	-.04	<b>.82</b>	.59
abe45	3.64	0.88	.01	-.06	<b>.64</b>	.45
abe59	3.54	0.89	.07	-.06	<b>.46</b>	.37

Note. Loadings over .40 in bold type. I-T = Item-total correlation.

The three factors were significantly intercorrelated (all  $p < .001$ ). Appreciation of beauty correlated with moral excellence at  $r = .65$  and with non-moral excellence at  $r = .61$ . Moral excellence correlated with non-moral excellence at  $r = .59$ . Internal consistencies were good for the three factors as well as for all the 15 items as a whole ( $\alpha$  Cronbach B = .87,  $\alpha$  Cronbach ME = .79, and  $\alpha$  Cronbach NME = .75, and  $\alpha$  Cronbach total = .89).

#### 2.2.2.4. Conclusion

The initial exploratory factor analysis supported the structure we expected to find based on the positive psychology definition of ABE (Keltner & Haidt, 2004) and suggested that the items we had developed mapped onto this conception as desired. The three factors were highly intercorrelated but correlations were lower than .85, suggesting the existence of three related but distinct dimensions. Internal consistencies of the factors and of the full list of items were good. Most items had relatively symmetrical distributions. However, items comprising the factors of excellence, especially moral excellence, had slightly negatively skewed distributions. Besides the phrasing of the items, this response tendency could be reflecting a general tendency to score high

in these dimensions, in other words, little variability or the influence of high social desirability. For this reason, items that presented skewness were reworded in an attempt to obtain more normally distributed responses. To further test the three-dimension structure, and obtain evidences of validity and of internal consistency of the scale, we conducted another study with a larger and more diverse sample using an online survey (Study 3).

### ***2.2.3. Study 3: Confirmation of the factor structure and analysis of the psychometric properties***

#### **2.2.3.1. Introduction**

Study 3 had the next goals:

1. To select the final items for the scale and confirm the three factor structure with a new sample.
2. To compare the three-factor model with alternative models, i.e., a one-dimensional model and various two-dimensional models.
3. To examine whether a higher order factor structure might best fit the data.
4. In case the best model was multidimensional, the study would further investigate the structural validity of the measurement model by testing the heterogeneity of the correlations of its different dimensions with the variables of the nomological network. Significant contrasts would indicate that the dimensions are in fact measuring different constructs, further supporting the multidimensional structure.
5. To examine the measure's overall construct validity (convergent and discriminant) by calculating two quantitative indices, i.e.,  $r_{alerting}$  and  $r_{contrast}$ , that indicate if the observed pattern of correlations between the measure being validated and a set of criterion measures matches a theoretically predicted pattern of correlations.
6. To examine evidence of the measure's incremental validity by examining its explanatory power in predicting certain well-being and prosociality variables over and above (1) the ABE subscale of the VIA-IS, (2) social desirability, and (3) the tendency to experience positive emotions.
7. To demonstrate that ABE is not reducible to a linear combination of the Five Factors of personality and, hence, that it is a unique construct worthy of attention in its own right.
8. To investigate the measure's internal consistency.

### 2.2.3.2. Method

#### *Participants*

A sample of 344 participants (234 women, 98 men, 12 not reported) took part in Study 3. It mainly included Spanish participants (92.7%), but also Uruguayan (1.7%), Peruvian (0.9%), Puerto Ricans (0.6%) and Venezuelan (0.6%). Some participants (3.5%) did not report their nationality. Participants were mostly residents in Spain (91.3%), but some participants were living in Uruguay (1.5%), in the United Kingdom (1.5%) and in Sweden (0.3%). Some participants (5.5%) did not report their country of residence. Ages ranged from 18 to 72 ( $M = 30.53$ ,  $SD = 13.78$ ). Regarding the level of education, 61% of participants had completed secondary education, 33.5% had completed tertiary education, 2% had completed primary education, and 3.5% did not report their level of education.

#### *Procedure*

The study was presented in several classes in the School of Psychology at the Universidad Complutense de Madrid (Spain) as a research about the way people think, feel and act in different situations. Students were invited to participate in the study and received a bonus in their grades. We also posted an advertisement of the study in social networks and send an announcement to our email contacts, inviting people to participate and to spread the word. Participants were offered the possibility to get a personality report as compensation for their participation. Prospective participants were informed about their right to withdraw at any time, and were assured of confidentiality.

An online survey was created for this study which included items assessing ABE as well as other measures. In order to reduce the burden to participants and the effects of tiredness, we organized the measures in three blocks to be answered in three different days, each with a day off in between. The measures were randomly assigned to one of the three blocks. We also randomized the order of presentation of a measure within its block, and the order in which participants had to answer the three blocks. Participants received the links to the three blocks constituting the online survey and were given one week to complete it. In an attempt to control for the effects of social desirability, participants were informed about the inclusion in the survey of some questions assessing sincerity. Upon completion of the survey, participants were debriefed on the nature of the research. We expected to obtain a more diverse and larger sample through an online survey and the snowball recruitment method.

In addition to the 15 items assessing ABE selected in Study 2, 9 new items were included in the current study. Basically, these items were reworded versions of the items of Study 2 that presented skewed distributions, or failed to work well in the EFA but were interesting for their content. We also substituted the 5-point Likert scale with a 7-point one, in an attempt to improve the scale's sensitivity to responses.

## Measures

*Appreciation of Beauty and Excellence Subscale from Values in Action Inventory of Strengths (VIA-IS; Peterson & Seligman, 2004).* The Spanish version available at <http://www.authentichappiness.sas.upenn.edu/Default.aspx> (Center of Positive Psychology of the University of Pennsylvania, USA) was used. It consists of 10 items, included in the 240-item VIA-IS, which uses a 5-point Likert scale. This subscale mainly measures appreciation of beauty (7 items), with only one item for appreciation of moral excellence, and no items for appreciation of non-moral excellence. The remaining items assess wonder in general and the creation of something beautiful. Peterson and Seligman (2004) reported an alpha and a 4-month test-retest correlation over .70. Other studies have reported alphas in the range .74 - .84 (Diessner *et al.*, 2008; Linley *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Ruch *et al.*, 2010). In the current study, alpha was .85.

*Engagement with Beauty Scale (EBS; Diessner et al., 2008).* A Spanish version was developed for this study using back-translation with native English speakers who were bilingual English-Spanish. This 14-item 7-point Likert scale has three subscales that measure engagement with natural, artistic, and moral beauty (equivalent to appreciation of moral excellence), respectively. It does not evaluate the non-moral excellence component of ABE. Diessner *et al.* (2008) reported the next Cronbach's alphas: for total score on the EBS .90; EBS Natural Beauty subscale, .80; EBS Artistic Beauty subscale, .87; and EBS Moral Beauty subscale, .85. They also reported a one-week test-retest reliability of  $r = .85$  for the total score of the scale; EBS Natural Beauty subscale,  $r = .84$ ; EBS Artistic Beauty subscale,  $r = .77$ ; and EBS Moral Beauty subscale,  $r = .61$ . In the current study, alphas were .92 for the total score; .87 for EBS Natural Beauty subscale; .88 for EBS Artistic Beauty subscale; and .89 for EBS Moral Beauty subscale.

*NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI; Costa & McCrae, 1992).* We used the experimental edition of the Spanish adaptation (Avia, Silva & Sanz, 1997-2000) which has shown acceptable internal consistency reliability and factor validity indices similar to those presented by the original English language version of Costa and McCrae (1992). The NEO-FFI is an abbreviated version of the NEO-PI-R comprising 60-item, each scored using a 5-point Likert scale. This inventory measures the big five personality dimensions, i.e., openness to experience, agreeableness, conscientiousness, extraversion, and neuroticism. Costa and McCrae (1988) reported alpha values of .89 for neuroticism, .79 for extraversion, .76 for openness, .74 for agreeableness, and .84 for conscientiousness. Robins, Fraley, Roberts, and Trzesniewski (2001) reported two-week retest reliabilities of .89, .86, .88, .86 and .90 of the neuroticism, extraversion, openness to experience, agreeableness, and conscientiousness scales, respectively. In the current study, alphas were .77 for openness to experience, .76 for agreeableness, .88 for conscientiousness, .80 for extraversion, and .84 for neuroticism.

*Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R; Costa & McCrae, 1992).* The NEO PI-R is recognized internationally as a gold standard for personality assessment. We used the Spanish experimental edition of Avia (1994, 2000) to measure some specific facets, specifically, aesthetics, excitement seeking, tender-mindedness, trust, altruism, achievement striving, anxiety, depression, and positive emotions. Each scale has 8 items that are scored using a 5-point Likert scale. Costa y McCrae (1992) observed alpha values of .76, .65, .56, .79, .75, .67, .78, .81 and .73, respectively. In the current study, alpha values were .81, .60, .49, .81, .71, .75, .78, .84 and .76, respectively. The *aesthetics* scale measures appreciation of art and beauty. The *excitement seeking* scale measures need for environmental stimulation. The *tender-mindedness* scale measures an attitude of sympathy for others. The *trust* scale measures the belief in the sincerity and good intentions of others. The *altruism* scale measures an active concern for the welfare of others. The *achievement striving* scale measures the need for personal achievement and sense of direction. The *anxiety* scale measures the level of free floating anxiety. The *depression* scale measures the tendency to experience feelings of guilt, sadness, hopelessness and loneliness. Finally, the *positive emotions* scale measures the tendency to experience positive emotions.

*The Self-transcendence scale from the Cloninger Temperament and Character Inventory (TCI; Cloninger, Przybeck, Svrakic, & Wetzel, 1994).* We used the validated Spanish version of the Revised TCI (Gutierrez *et al.*, 2004). This scale has 26 items that are scored using a 5-point Likert scale. Studies have reported an internal consistency coefficient of .84 (Gutierrez *et al.*, 2004) and test-retest coefficients ranging from .75 to .83 over a 6-month interval (Cloninger *et al.*, 1994). Self-transcendence is comprised by three facets: (1) Creative self-forgetfulness vs. Self-conscious experience, (2) Transpersonal identification vs. Personal identification, and (3) Spiritual acceptance vs. Rational materialism. The alphas of the subscales in the current study were .79 for creative self-forgetfulness, .77 for transpersonal identification, .86 for spiritual acceptance, and .90 for the total scale.

*Material Values Scale (MVS; Richins, 2004).* A Spanish version was developed for this study using the back-translation procedure previously explained. The MVS (Richins & Dawson, 1992) treats materialism as a value that influences the way people interpret their environment and structure their lives. These authors define materialism as the importance ascribed to the ownership and acquisition of material goods in achieving major life goals or desired states. We used the 9-item scale, which encompasses the same domains as the long form (Richins & Dawson, 1992), and possesses acceptable levels of reliability (alpha .84) and validity for measuring overall materialism (Richins, 2004). Items are scored using a 7-point Likert scale. In the current study alpha was .86.

*Dispositional Envy Scale (DES; Smith, Parrott, Diener, Hoyle, & Kim, 1999).* A Spanish version was developed for this study using the back-translation procedure previously explained. The scale measures individual differences in the tendency to envy. It comprises 8 items which are



rated on a 5-point Likert scale. Smith *et al.* (1999) reported internal consistency estimates in the range of .83–.86 and 2-week test–retest stability of  $r = .80$ . In the current study the alpha was .78.

*Personal growth scale from the Psychological Well-being Scales (PWS; Ryff, 1989).* We used the short version of the Spanish adaptation (Díaz *et al.*, 2006). High scorers in this scale have a feeling of continued development, see the self as growing and expanding, are open to new experiences, have a sense of realizing their potential, see improvement in self and their behavior over time, and are changing in ways that reflect more self-knowledge and effectiveness (Ryff, 1989). This scale comprises 4 items and uses a 6-point Likert scale response format. Díaz *et al.* (2006) reported an alpha of .71, and in the current study it was .73.

*Purpose in life scale from the Psychological Well-being Scales (PWS; Ryff, 1989).* We used the short version of the Spanish adaptation (Díaz *et al.*, 2006). High scorers in this scale have goals in life and a sense of directedness, feel there is meaning to present and past life, hold beliefs that give life purpose, and have objectives for living (Ryff, 1989). This scale comprises 5 items and uses a 6-point Likert scale response format. Díaz *et al.* (2006) reported an alpha of .70, and the alpha in the current study was .83.

*Purpose in Life Test (PIL, Crumbaugh & Maholick, 1964).* We used the Spanish adaptation (Noblejas, 1994). It comprises 20 items and uses a 7-point Likert scale format response, where the two poles represent opposite statements. Based on the principles of existential philosophy and logotherapy, the PIL test evaluates the existential vacuum described by Frankl (1964). In other words, it assesses perceived meaning and life purpose as the ontological significance of life from the point of view of the experiencing individual. While Ryff's scale is more focused in the presence and attainment of life goals, the PIL depicts a more existentialist conception of meaning of life. Crumbaugh and Maholick (1964) reported a reliability of .81. The alpha in the current study was .89.

*Subjective Vitality Scale (Ryan & Frederick, 1997).* We used the short version of 6 items suggested by Bostic, McGartland, and Hood (2000). A Spanish version was developed for this study the back-translation procedure previously explained. Ryan and Frederick (1997) described vitality as energy that is perceived to emanate from the self. This scale measures a sense of spirit and enthusiasm that reflects physical and psychological well-being. It uses a 7-point Likert scale format response. Bostic *et al.* (2000) reported alphas ranging from .80 to .89. In the present study the alpha was .81.

*Satisfaction With Life Scale (SWLS; Diener *et al.*, 1985).* We used the Spanish validation (Vázquez, Duque & Hervás, 2013). According to Diener *et al.* (1985), the SWLS measures global life satisfaction, i.e., the cognitive-judgmental aspect of subjective well-being. The scale has 5 items and uses a 7-point Likert scale format response. These authors reported a two-month

test-retest correlation coefficient of .82 and alpha of .87. Vázquez *et al.* (2013) reported an internal consistency alpha of .88. The alpha in the present study was .87.

*Adult Trait Hope Scale (Snyder et al., 1991).* A Spanish version was developed for this study using the back-translation procedure previously explained. Snyder *et al.* (1991) defined hope as a cognitive set that is composed of a reciprocally derived sense of successful (a) agency (goal-directed determination) and (b) pathways (planning of ways to meet goals). Each component is comprised by 4 items and uses an 8-point Likert scale response format. Snyder *et al.* (1991) reported Cronbach's alphas ranging from .74 to .84 for the total scale, from .71 to .76 for the Agency subscale, and from .63 to .80 for the Pathways subscale. Test-retest correlations ranged were .85 over a 3-week interval (Anderson, 1988), .73 over an 8-week interval (Harney, 1988), and .76 (Gibb, 1990) and .82 (Yoshinobu, 1989) over a 10-week interval. In the current study, alphas were .81 for the Agency subscale, .80 for the Pathways subscale, and .87 for the total scale.

*The Perspective Taking and the Empathic Concern scales from The Interpersonal Reactivity Index (IRI; Davis, 1980).* We used the Spanish adaptation of Pérez-Albéniz *et al.* (2003). These two subscales, i.e., perspective taking and empathic concern, have been used previously as measures of dispositional empathy (e.g., McCullough, Emmons & Tsang, 2002). The perspective-taking (PT) scale assesses the tendency to spontaneously adopt the psychological point of view of others, while the empathic concern (EC) scale assesses other-oriented feelings of sympathy and concern for unfortunate others. Therefore, the PT scale assesses cognitive aspects of empathy while EC evaluates the emotional reaction when adopting an empathetic attitude. According to Mestre, Frías and Samper (2004), these two subscales are the two most important components of empathy which together are responsible for a more mature empathic response based on the understanding of others and in sharing their emotional state. The PT has 7 items and the EC scale has 8 items, and they use a 5-point Likert scale response format. Davis (1980) reported alphas of .75 and .78 for the PT scale, and .72 and .70 for the EC scale. Test-retest correlations over a period of 60-75 days were .61 and .62 for the PT scale, and .72 and .70 for the EC scale. Pérez-Albéniz *et al.* (2003) reported alphas ranging from .64 to .75 for the PT scale and from .63 to .71 for the EC scale. In the current study, alphas were .81 for the PT scale and .74 for the EC scale.

*The Amusement Scale from the Dispositional Positive Emotions Scales (Shiota, Keltner & John, 2006).* A Spanish version was developed for this study using the back-translation procedure previously explained. This scale measures the disposition to experience amusement, or humor. This emotion is felt when one experiences a cognitive shift from use of one knowledge structure to another in the contemplation of a target, as when hearing the punch line of a joke (Latta, 1999). It consists of 5 items and has a 7-point Likert scale response format. Shiota *et al.* (2006) reported an alpha of .75. In the current study, alpha was .79.

*Social Desirability Scale (SDS; Marlowe & Crowne, 1960).* We used the Spanish adaptation (Ferrando & Chico, 2000). The SDS is a widely used measure of social desirability. It has 33 items and a True/False response format. Ferrando and Chico (2000) cite a series of studies that used the original version which reported alphas between .75 and .85 (Strahan & Gerbasi, 1972, Reynolds, 1982; Ballard, 1992; Borkenau & Ostendorf, 1992) and temporal stability over one month of .89 (Crowne & Marlowe, 1960). Ferrando and Chico (2000) reported an alpha of .78. In the current study alpha was .77.

### **2.2.3.3. Results**

#### *Selection of items, confirmation of the three-dimensional structure and comparison with other factor models*

In order to develop a short scale that measured the three aspects of ABE, 9 items were selected from the remaining item pool (3 per dimension) that reflected the most characteristic aspects of each dimension, according to theoretical accounts of ABE and the empirical evidence available. For each dimension, we tried to select one item reflecting just appreciation (i.e., recognition of the value or significance of something) and two items representing the most characteristic emotions associated with that specific dimension. When suitable, we included both a high arousal item and a low arousal item. Table 2 shows the items of the final scale. From the 9 selected items, only 2 were reformulated items from Study 2, and the remaining 7 items were exactly the same as in Study 2.

Table 2. Items constituting the final scale (EABE) presented by dimensions.

Appreciation of beauty
<ul style="list-style-type: none"> <li>• abe23: I am a person who is very sensitive to beauty.</li> <li>• abe14: When somehow I perceive the beauty of life I experience a great inner peace.</li> <li>• abe20: I think I feel awe before beauty more frequently than most of the people.</li> </ul>
Appreciation of moral excellence
<ul style="list-style-type: none"> <li>• abe22: When I witness somebody doing something good for others without reciprocation, I feel a lot of thankfulness.</li> <li>• abe16: When I appreciate people who show an extraordinary generosity or goodness I feel overwhelmed with a sensation of tranquility.</li> <li>• abe19: When I appreciate the positive qualities of some people as, for example, a great loyalty, courage or compassion I tend to experience elevated feelings.</li> </ul>
Appreciation of non-moral excellence
<ul style="list-style-type: none"> <li>• abe21: I like it very much to surround myself with people who have an outstanding talent or skills.</li> <li>• abe9: In comparison with other people, I think I feel more frequently a lot of admiration toward those people who have a special talent.</li> <li>• abe15: When I appreciate the talent of some musicians, athletes, or scientists I feel very alive, full of energy.</li> </ul>

The data fulfilled the assumption of univariate normality. Following West *et al.* (1995) criteria that standardized kurtosis indices equal to or greater than 7 are indicative of early departure from normality, a review of the kurtosis values revealed no item to be substantially kurtotic (all values were below 1.5). The critical ratio of the index of multivariate kurtosis was 17.01. Although Bentler (2005) has suggested that, in practice, values  $> 5.00$  are indicative of data that are non-normally distributed and should be transformed, Rodríguez and Ruiz (2008) demonstrated that the results from the maximum likelihood method of analysis in CFA are quite stable if this value is below 23.

Therefore, we performed a series of CFA, using maximum likelihood estimation with the AMOS 19 program (Arbuckle, 1995), to obtain likelihood-ratio tests of nested, competing measurement models representing alternative conceptualizations of ABE: (a) one model representing the intended three dimensions structure (Model 1); (b) another model representing a one-dimensional structure (Model 2), and (c) three two-dimensional models representing various combinations (Models 3, 4 and 5). Table 3 shows the fit indices of the models. The model that best fitted the data was the three-dimension structure of ABE (Model 1), i.e., one factor representing appreciation of beauty, another factor representing appreciation of moral excellence, and a third factor reflecting appreciation of non-moral excellence.

*Table 3. Fit indices of different dimensional models of ABE (N = 344)*

Model	$\chi^2$	df	p	CFI	RMSEA
1. Three factors: B, ME, NME	105.497	24	<.001	.945	.099
2. One factor	231.723	27	<.001	.862	.149
3. Two factors: B, ME+NME	148.712	26	<.001	.917	.117
4. Two factors: B+ME, NME	198.436	26	<.001	.884	.139
5. Two factors: B+ENM, ME	173.349	26	<.001	.901	.129

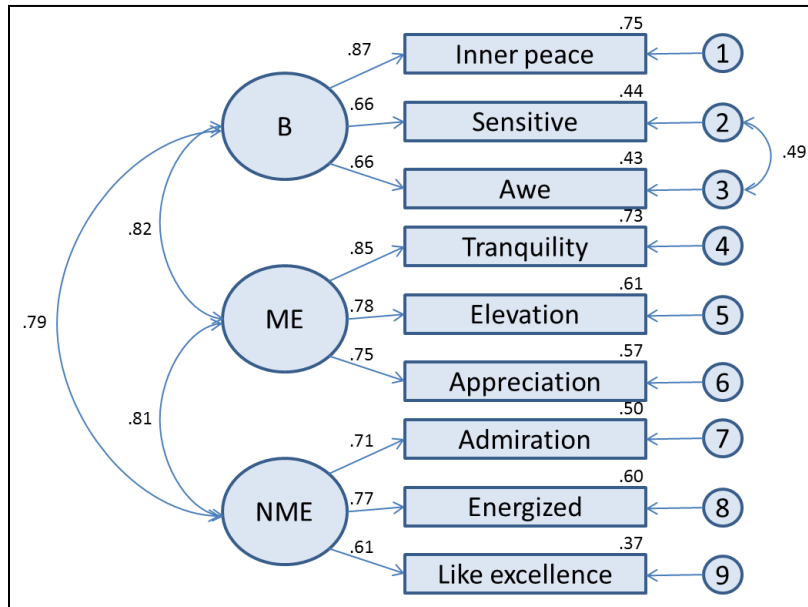
In order to evaluate if the goodness-of-fit of Model 1 was significantly superior to the goodness-of-fit of the other models, the chi-squared values corresponding to the different models were compared. Table 4 shows how Model 1 provided a superior goodness-of-fit in comparison with the other four models. This result supports the three-dimensional measurement model.

*Table 4. Comparison of the goodness-of-fit of the models (N = 344)*

Model	$\chi^2_1$	$\chi^2_2$	df <sub>1</sub>	df <sub>2</sub>	$\Delta\chi^2$	p
1. Three factors: B, ME, NME	105.497		24			
2. One factor	231.723	105.497	27	24	126.226	<.001
3. Two factors: B, ME+NME	148.712	105.497	26	24	43.215	<.001
4. Two factors: B+ME, NME	198.436	105.497	26	24	92.939	<.001
5. Two factors: B+ENM, ME	173.349	105.497	26	24	67.852	<.001

A review of the modification indices of the first order three factors model revealed that the model could be improved by introducing an autocorrelation between two residuals of the factor representing appreciation of beauty. Given that this correlation could be reflecting a content overlap, we decided it was appropriate to introduce it in the model and let these residuals correlate freely. This new model presented a good fit:  $\chi^2 = 47.688$ ,  $df = 23$ ,  $p = .002$ ,  $CFI = .983$ ,  $RMSEA = .056$ . Figure 1 shows the model of the Appreciation of Beauty and Excellence Scale, hereafter called the EABE, including the correlations between the factors, items' factor loadings, items' squared multiple correlations, and the autocorrelation included in the appreciation of beauty factor.

Figure 1. Measurement model of the EABE including factors' correlations, items' factor loadings and squared multiple correlations, and the autocorrelation in the appreciation of beauty factor ( $N = 344$ )



All items were significantly related to the latent factor ( $ps < .001$ ) and all correlations were significant ( $ps < .001$ ). Table 5 shows the descriptive statistics of the items and the factors, as well as the item-total correlations.

Table 5. Means and standard deviations of the items and the factors comprising the EABE, and item-total correlations ( $N = 344$ )

Factor	Item	$M_i$	$SD_i$	$M_f$	$SD_f$	I-T
B	abe14 (inner peace)	4.63	1.54			.62
	abe20 (awe)	4.06	1.53	4.45	1.51	.72
	abe23 (sensitive)	4.64	1.43			.72
ME	abe16 (tranquility)	4.93	1.42			.73
	abe19 (elevation)	4.71	1.44	5.03	1.42	.69
	abe22 (appreciation)	5.45	1.40			.69
NME	abe9 (admiration)	4.79	1.41			.58
	abe15 (energization)	4.88	1.47	4.83	1.44	.58
	abe21 (like excellence)	4.82	1.44			.52

Note. I-T: Item-total correlation within each factor.

Furthermore, in order to provide additional evidence that supports the theoretical proposal that the three types of appreciation are part of the same construct, we evaluated a model with a

second-order factor which would include the three first-order factors (appreciation of beauty, moral excellence and non-moral excellence). The factor loadings of the three-dimensional second-order factor were .92 in appreciation of beauty, .91 in moral excellence, and .87 in non-moral excellence, indicating that all three factors have a relatively similar importance in the construct of ABE, although the beauty factor has more weight. The fit indices were good ( $\chi^2 = 48.991$ ,  $df = 24$ ,  $p = .002$ ,  $CFI = .983$ ,  $RMSEA = .055$ ), roughly equivalent to the model of three interrelated first-order factors, supporting the initial theoretical idea that the three dimensions are part of the same construct.

### *Reliability*

The beauty factor had a Cronbach coefficient alpha of .827, the moral excellence factor .839, and the non-moral factor .738. Thus, the three subscales had good internal consistency, according to the criteria suggested by DeVellis (1991), where coefficients between .70 - .80 are considered respectable, and very good when they are between .80 - .90.

### *Relationship with sociodemographic variables*

The correlation between the three dimensions of ABE with the sociodemographic variables are shown in Table 6. Appreciation of beauty showed small positive correlations with age and education. Women seemed to score slightly higher than men in appreciation of moral excellence. The remaining correlations were not significant.

*Table 6. Correlation between appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and non-moral excellence, and age, gender and education (N = 332)*

Variable	B	ME	NME
Age	.15**	.08	.08
Gender	-.01	.12*	-.08
Education	.11*	.07	.05

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ .

Note. Gender was coded 0 = Men, 1 = Women. Education was ranked from 1 (no formal education) to 6 (postgraduate education). Pearson correlations are reported for age and gender, and Spearman correlation for education. All correlations are two-tailed.

### *Testing the heterogeneity of the correlations of ABE's three factors with the variables of the nomological network*

To further explore the differences between the three factors comprising ABE, the heterogeneity of the correlations of each of these three factors (predictor variables) with the variables of the nomological network (dependent variables) was assessed. In other words, we tested if the three

factors correlated in the same way with each of the variables of the nomological network. If the three factors correlated differentially with the same variable, it would add further support to the assumption that these three factors are not measuring exactly the same, thus reinforcing the multidimensional model of ABE.

For this purpose, we used Meng, Rosenthal and Rubin (1992) statistical method to compare correlated correlations. For this analysis, standardized covariance coefficients between the three factors of ABE and each of the variables of the nomological network were calculated from a CFA solution<sup>25</sup>. These coefficients are equivalent to Pearson product-moment correlations from which the effects of measurement error have been removed. Thus, the relationships between variables are adjusted for differences in the reliabilities of the scales used in the study. Table 7 shows these correlations and the correlated correlations contrasts. Significant  $\chi^2$  indicate that the correlations between appreciation of beauty, of moral excellence and of non-moral excellence, and a specific variable of the nomological network are significantly different.

*Table 7. Standardized covariance coefficients showing the relationship between appreciation of beauty, of moral excellence and of non-moral excellence, and the variables of the nomological network, and the correlated correlations contrast (N = 329)*

	Standardized covariance coefficients				
Scale	B	ME	NME	Scale	B
Appreciation of beauty and excellence					
ABE Subscale (VIA)	.53***	.36***	.36***	38.13	<.001
Engagement with Beauty total	.80***	.52***	.55***	183.13	<.001
Engagement with Beauty nature	.73***	.41***	.43***	176.65	<.001
Engagement with Beauty art	.72***	.42***	.51***	130.47	<.001
Engagement with Beauty moral	.42***	.57***	.39***	40.91	<.001
Openness to Aesthetic	.67***	.34***	.41***	151.32	<.001
Self-transcendence					
Self-transcendence total	.71***	.54***	.56***	55.83	<.001
Creative self-forgetfulness	.62***	.48***	.54***	27.09	<.001
Transpersonal identification	.72***	.54***	.52***	71.11	<.001
Spiritual acceptance	.50***	.38***	.37***	22.34	<.001

<sup>25</sup> Both the Purpose in Life Test (PIL, Crumbaugh & Maholick, 1964) and the Social Desirability Scale (SDS; Marlowe & Crowne, 1960) were parceled following Little *et al.*'s (2002) recommendations in order to obtain an adequate number of observable variables in the CFA. After testing both constructs' unidimensionality, three parcels were created in each measure using the item-to-construct-balance method.



Table 7 (cont.)

Five factors of personality					
Openness to experience	.66***	.36***	.45***	118.76	<.001
Agreeableness	.23***	.37***	.15*	42.80	<.001
Neuroticism	-.18**	-.17**	-.19**		Ns
Extraversion	.16*	.20**	.22**		Ns
Conscientiousness	.16*	.18**	.22**		Ns
Achievement Striving					
Achievement Striving	.13†	.18**	.22**	6.74	.034
Prosocial traits					
Empathic concern (Empathy)	.38***	.55***	.27***	80.24	<.001
Perspective taking (Empathy)	.34***	.31***	.34***		ns
Tender-mindedness	.24**	.47***	.31***	52.86	<.001
Trust	.25***	.27***	.23***		ns
Altruism	.29***	.49***	.27***	59.25	<.001
Materialism	-.13*	ns	ns		
Envy	-.19**	-.16*	-.13†		ns
Affect and well-being					
Satisfaction with life	.17**	.23***	.31***	15.93	<.001
Positive emotions	.18**	.22***	.21**		ns
Depression	-.12†	ns	ns		
Anxiety	-.15*	-.12†	-.16*		ns
Vitality	.24***	.31***	.28***		ns
Personal growth	.24***	.30***	.28***		ns
Purpose in life (PWS)	.14*	.23***	.22***	7.53	.023
Purpose in life (PIL)	.23***	.28***	.27***		ns
Agency (Hope)	.25***	.27***	.32***		ns
Pathways (Hope)	.40***	.32***	.31***	9.20	.010
Constructs with which no relationship is expected					
Amusement	ns	ns	ns		
Excitement seeking	ns	ns	ns		
Social desirability	.20**	.27***	.15*	12.86	.002

Note. Only participants who answered all scales were included in this analysis.

†  $p < .10$ . \* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . \*\*\* $p < .001$ .

The contrasts of correlations showed that all three factors were significantly and similarly related to neuroticism, extraversion, conscientiousness, perspective taking (empathy), trust, positive emotions, vitality, personal growth, purpose in life (PIL) and determination (hope). However, many contrasts were significant, therefore reflecting the heterogeneity of the correlations of the three dimensions of ABE with a specific variable. Once the heterogeneity was evaluated, the following step was to test which specific correlations were significantly higher. For this purpose, a focused set of a priori hypotheses were formulated. Based on the observed correlations, a series of orthogonal contrast weights that captured the expected pattern of interrelationships were established. Then, these contrast weights were applied to the Fisher  $r$ -to- $z$  transformed values of the observed correlations in a set formulas to obtain an overall  $Z$  test, which provides a one-tailed  $p$  value under the standard normal curve. A statistically significant  $Z$  value (i.e.,  $Z > 1.64$ ,  $p < .05$ ) indicates that the observed pattern of correlations fit the hypothesized pattern.

All these contrasts were significant, thus the set of hypotheses regarding which correlations were higher were supported. These results show that variables related to appreciation of beauty (ABE subscale of the VIA, engagement with beauty total, engagement with natural beauty, engagement with artistic beauty, and aesthetics), openness to experience, self-transcendence and its three subscales (creative self-forgetfulness, transpersonal identification and spiritual acceptance), materialism (negative correlation) and the pathways factor of hope had significantly higher correlations with appreciation of beauty than with the other two factors, i.e., moral excellence and non-moral excellence. On the other hand, moral excellence had significantly higher correlations than the factors of appreciation of beauty and non-moral excellence with engagement with moral beauty, social desirability, and other variables related to prosociality, such as agreeableness, tender-mindedness, altruism, and empathic concern (the emotional component of empathy). Non-moral excellence had higher correlations with achievement striving and with satisfaction with life, both variables related in some way to goal achievement. Finally, both moral excellence and non-moral excellence had higher correlations with purpose in life (PWS) than appreciation of beauty.

Thus, although the three dimensions showed similar correlations with many of the nomological network variables, which may reflect their common aspects, we conclude that the three dimensions of the ABE are different in some aspects. Consistent with our hypothesis, appreciation of beauty is more about openness and connection with the environment, while appreciation of moral excellence is more associated with prosocial attitudes and behaviors, and appreciation of non-moral excellence with personal achievement.

### *Quantifying construct validity*

In order to find further evidence of construct validity, Rosenthal and Westen (2003) method was followed. Based on Meng *et al.* (1992) procedure, Rosenthal and Westen proposed two useful indices for quantifying overall construct validity. These indices provide effect sizes estimates of the extent to which an observed pattern of correlations between the measure being validated and

a set of criterion measures matches a theoretically predicted pattern of correlations. These indices are the alerting correlation ( $r_{alerting}$ ) and the contrast correlation ( $r_{contrast}$ ). The  $r_{alerting}$  is the correlation between the predicted and the observed pattern of correlations regardless of the magnitude of those correlations, i.e., it indicates whether the predicted and observed correlations are arranged in the same way. On the other hand, the  $r_{contrast}$  takes into account the magnitude of the correlations, so that apart from the order of the correlations also compares the absolute value of the predicted and the observed correlations. Furr and Bacharach (2008) suggested that a group of experts independently rate the pattern of expected correlations so that the median value of each correlation is used to calculate the indices. In the current study, three independent raters assigned a value to the expected correlations between appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence, and the variables of the nomological network. In the absence of experts in ABE, given its novelty, three PhD candidates in psychology, two of them specialized in depression and one in organizational mental health, were requested to rate the expected correlations. For this purpose, they received a brief description of the variables assessed and their hypothesized relationship with appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence. Table 8 shows the  $r_{alerting}$  and the  $r_{contrast}$  for appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence.

*Table 8. Construct validity indices of appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence*

Factor	$r_{alerting}$	$r_{contrast}$	CI 95%
B	.91	.99	.988 - .992
EM	.82	.86	.834 - .887
ENM	.63	.71	.647 - .757

CI = Confidence interval of  $r_{contrast}$

The three  $r_{alerting}$  indices show that the predicted and the observed pattern of correlations between appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence, and the variables of the nomological net are very similar, especially in the case of appreciation of beauty. Moreover, the  $r_{contrast}$  indices are also high and statistically significant, showing that the correspondence between the predicted and the observed magnitude of these correlations has a large effect size. Overall, both indices offer evidence supporting the construct validity of the EABE.

#### *Regressing appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence on the Big Five*

To test if appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence were no more than a repackaging of the Big Five, three multiple regression analysis

of appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence on the Big Five entered as a block were performed. The Big Five variables explained 23.1% of the variance in appreciation of beauty,  $F(5, 327) = 21.002, p < .001$ . Only openness ( $\beta = .471, p < .001$ ) and conscientiousness ( $\beta = .147, p < .01$ ) predicted unique variance in appreciation of beauty scores. Regarding appreciation of moral excellence, the Big Five variables explained 13.1% of the variance,  $F(5, 327) = 11.052, p < .001$ . Only openness ( $\beta = .215, p < .001$ ), conscientiousness ( $\beta = .140, p < .05$ ), and agreeableness ( $\beta = .207, p < .001$ ) predicted unique variance in appreciation of moral excellence scores. Finally, the Big Five variables explained 13.5% of the variance in appreciation of non-moral excellence,  $F(5, 327) = 11.399, p < .001$ . Only openness ( $\beta = .297, p < .001$ ), conscientiousness ( $\beta = .192, p < .001$ ), and extraversion ( $\beta = .110, p < .05$ ) predicted unique variance in appreciation of non-moral excellence scores. Overall, these results suggest that appreciation of beauty, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence are not reducible to a linear combination of the Big Five.

*Evidence regarding the incremental validity of the EABE in relation to the ABE subscale (VIA-IS)*

In this section we examined whether the EABE explained more variance than the ABE subscale of the VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004) in the prediction of a number of variables of well-being and prosociality. We chose the ABE subscale (VIA-IS) to examine evidence of incremental validity of the EABE because, on the one hand, most of the existing research on ABE comes from studies using this scale and, on the other hand, it is the only existing measure that claims to be evaluating ABE. We carried out a series of hierarchical multiple regression analysis where the ABE subscale (VIA-IS) was introduced in the first step, followed by the EABE in the second step. Before performing the multiple regression analysis, zero-order correlations between the predictor variables were calculated (see Table 8). The assumptions for the analysis, i.e., linearity, independence of residuals, the normality of residuals, homoscedasticity and lack of multicollinearity were met adequately.

*Table 8. Zero-order correlations between predictor variables (N = 333).*

	ABE (VIA)	B	ME
B	.432***		
ME	.296***	.602***	
NME	.285***	.578***	.629***

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ .

*Well-being variables.* We assessed whether EABE was able to predict different variables above and beyond the ABE subscale (VIA-IS), including life satisfaction, positive emotions, anxiety, vitality, personal growth, purpose in life (assessed with both PWS and PIL) and the two

components of hope (agency and pathways), variables that showed significant correlations with EABE (see Table 7). However, when doing the regression analysis, any of the scales significantly predicted anxiety. Furthermore, the EABE did not explain additional variance in positive emotions beyond the scale of the VIA-IS. However, the subscale of the VIA-IS did not predict significantly life satisfaction, vitality, purpose in life (PIL and PWS) nor the agency factor of hope, while the EABE did. In these cases, therefore, it was not necessary to carry out the hierarchical multiple regression analysis. Table 9 shows the zero-order correlations between the ABE subscale (VIA-IS) and the EABE with these variables.

*Table 9. Zero-order correlations between the ABE subscale (VIA-IS) and the EABE with life satisfaction, vitality, purpose in life (PIL and PWS), and agency (Hope).*

Variable	Life satisfaction (N = 333)	Vitality (N = 329)	Purpose in life (PWS) (N = 329)	Purpose in life (PIL) (N = 329)	Agency (Hope) (N = 329)
ABE (VIA)	.038	.054	.037	.095*	.068
B	.093*	.150**	.061	.141**	.164**
ME	.205***	.253***	.179**	.230***	.222***
NME	.237***	.246***	.175**	.234***	.254***

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ . The correlations are not adjusted for differences in the reliability of the scales.

However, both the scale of ABE (VIA-IS) and the EABE predicted a significant proportion of the variance in personal growth and pathways (hope). In these cases, we performed a hierarchical multiple regression analysis, introducing the scale of ABE (VIA-IS) in the first step, and the EABE in the second step. Results showed a significant increase in the proportion of explained variance in personal growth (4.1%) by the EABE beyond the variance explained by the ABE subscale (VIA-IS). Only appreciation of moral excellence was a significant predictor after considering all predictors simultaneously. There was also a significant increase in the proportion of variance explained in pathways (hope) (7.8%) by the EABE above and beyond the variance explained by the subscale of the VIA-IS. When including all variables simultaneously in the model, only the factor of appreciation of beauty of the EABE scale proved to be a significant predictor.

*Prosociality variables.* In relation to the variables of prosociality, we evaluated the predictive power of the EABE scale above and beyond the ABE subscale (VIA-IS) on altruism, trust, sensitivity to others, materialism, envy, perspective taking and empathic concern, variables which have shown to be related significantly with the EABE. The analysis showed that the EABE scale did not predict additional variance in envy above and beyond the scale of the VIA-IS. However, the EABE scale predicted a significant percentage of the variance in the remaining

variables above and beyond the scale of the VIA-IS. The EABE scale explained an additional 12.1% of the variance in altruism. When including all predictors simultaneously in the analysis, only appreciation of moral excellence was a significant predictor. Regarding trust, the EABE scale predicted a significant additional 3.6% of the variance. When all predictors were included simultaneously in the analysis, only appreciation of moral excellence was a significant predictor. Regarding sensitivity to others, the EABE scale explained a significant additional 9.1% of the variance, and when all variables were included in the analysis, only the subscale of ABE (VIA-IS) and appreciation of moral excellence were significant predictors, being appreciation of moral excellence the strongest predictor. Regarding empathic concern, the EABE scale predicted a significant additional 13% of its variance. When including all predictors in the analysis, only the subscale of ABE (VIA-IS), appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence were significant predictors, being appreciation of moral excellence the strongest predictor. In the case of perspective taking, the EABE scale explained an additional 4.4% of the variance, but when all predictors were included at once, only the scale of the VIA-IS proved to be a significant predictor. Finally, regarding materialism, the EABE scale predicted an additional 2.4% of the variance, and only non-moral excellence was a significant predictor.

In short, we can say that the EABE scale offered evidence of incremental validity in comparison with the ABE subscale of the VIA-IS in a wide range of variables related to well-being and prosociality. In general, the increase in the percentage of variance explained was not large but statistically significant. In most cases, the strongest predictors were the factors of excellence, especially the moral dimension, that is not appropriately represented in the subscale of the VIA-IS, what highlights the importance of properly evaluating the three aspects of ABE, which is the main reason that motivated the development of the EABE.

#### *Evidence of incremental validity in relation to social desirability*

We examined whether the EABE was able to predict different variables of well-being and prosociality above and beyond social desirability (SD). Since the three dimensions of ABE significantly correlated with social desirability, and social desirability correlated also with well-being and prosociality variables, one could argue that the relationship of well-being and prosociality with the EABE scale is due to the relationship these variables have with social desirability. To examine evidence of the incremental validity of the EABE scale, and facilitate the interpretation of its relationships with well-being and prosociality, we performed a series of hierarchical multiple regression analyses where the social desirability scale was introduced in the first step and the EABE in the second step. Before performing the multiple regression analyses, zero-order correlations between the predictor variables were calculated (Table 10). Again, the assumptions for the analysis were properly fulfilled.

Table 10. Zero-order correlations between the predictor variables ( $N = 333$ ).

Variable	SD	B	ME
B	.172***		
ME	.226***	.602***	
NME	.118*	.578***	.629***

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$ .

*Well-being variables.* We examined whether the EABE was able to predict life satisfaction, positive emotions, anxiety, vitality, personal growth, purpose in life (assessed with both the PWS and the PIL) and the two components of hope (agency and pathways) above and beyond social desirability. Social desirability did not correlate significantly with positive emotions, so it was not necessary to perform the hierarchical regression analysis ( $r = .009$ ). In the case of anxiety, the EABE did not explain additional variance beyond social desirability. Regarding the other variables, both social desirability and the EABE significantly predicted a percentage of their variance. The EABE explained an additional 4.9% of the variance in life satisfaction, 5.1% in vitality, 4.7% in personal growth, 5.4% in purpose in life, assessed with the PWS, and 4.1% evaluated with PIL, 5.4% in agency (hope), and 8.6% in pathways (hope). When considering all predictors simultaneously, only social desirability and appreciation of non-moral excellence were significant predictors in life satisfaction, vitality, purpose in life, evaluated with both the PWS and the PIL, and the agency factor of hope, being social desirability the strongest predictor of life satisfaction and purpose in life, while appreciation of non-moral excellence was the strongest predictor of vitality. In personal growth, only appreciation of moral excellence and social desirability were significant, being the factor of excellence the strongest predictor. In pathways (hope) only appreciation of beauty and social desirability were significant predictors, being appreciation of beauty the strongest one.

*Prosociality variables.* We examined the predictive power of the EABE above and beyond social desirability in altruism, trust, sensitivity to others, materialism, envy, perspective taking and empathic concern. The EABE did not predict additional variance in envy above and beyond social desirability, but it did in the remaining variables. The EABE predicted an additional significant 10.2% in altruism, 3.4% in trust, 8.7% in sensitivity to others, 2.2% (level of significance  $p = .05$ ) in materialism, 4.9% in perspective taking, and 14.5% in empathic concern. When including all predictors simultaneously in the analysis, only appreciation of moral excellence and social desirability were significant predictors in altruism, trust and sensitivity to others. In altruism and sensitivity to others, appreciation of moral excellence was the strongest predictor, while social desirability was the strongest predictor in trust. When including all predictors simultaneously in materialism, only social desirability, appreciation of beauty and appreciation of non-moral excellence were significant. In perspective taking, only social desirability was a significant predictor when all variables were included in the analysis. In empathic concern, only the factors of appreciation of moral excellence and non-moral were significant predictors, being the strongest the moral excellence factor.

In general, we offered some evidence of the incremental validity of the EABE in comparison with social desirability in the prediction of well-being and prosociality. Thus, we can conclude that the relationships between the EABE and well-being and prosociality are not due exclusively to the relationship that these variables keep with social desirability.

*Evidence of incremental validity in relation to the tendency to experience positive emotions*

Given the possible relationship between the EABE and the tendency to experience positive emotions (PE), and the relationship between this tendency and well-being and prosociality, one could attribute the possible relationship between well-being and prosociality, and the EABE to the variance these variables share with the tendency to experience positive emotions. For this reason, we examined whether the EABE predicted different variables of well-being and prosociality above and beyond the tendency to experience positive emotions. We carried out a series of hierarchical multiple regression analysis, entering the tendency to experience positive emotions in the first step, followed by the EABE in the second step. Before performing the multiple regression analysis, zero-order correlations between the predictor variables were calculated (see Table 11). Variables fulfilled the assumptions for analysis adequately.

*Table 11. Zero-order correlations between the predictor variables (N = 333)*

Variable	PE	B	ME
B	.136**		
ME	.161**	.602***	
NME	.148**	.578***	.629***

\*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

*Well-being variables.* We evaluated whether the EABE was able to predict life satisfaction, anxiety, vitality, personal growth, purpose in life (assessed with both the PWS and the PIL) and the two components of hope (agency and pathways) above and beyond positive emotions. The EABE did not predict additional variance over positive emotions in anxiety, but it did in the other variables. This increase was 5.3% in life satisfaction, 4.8% in vitality, 3.3% in personal growth, 3.4% in purpose in life assessed with PWS and 4% with the PIL, 4.9% in agency (hope) and 7.4% in pathways (hope). When considering all predictors simultaneously, positive emotions and appreciation of non-moral excellence were significant predictors of life satisfaction, purpose in life assessed with the PIL, and agency (hope). In contrast, in vitality, positive emotions, appreciation of moral excellence and appreciation of non-moral excellence were significant predictors. On the other hand, in personal growth, positive emotions and appreciation of moral excellence were significant predictors. In purpose in life (PWS), only positive emotions remained a significant predictor. Finally, in pathways (hope), positive emotions and appreciation of beauty were significant predictors. In all cases, positive emotions was the strongest predictor.



*Prosociality variables.* Finally, we tested the predictive power of the EABE above and beyond positive emotions on altruism, trust, sensitivity to others, materialism, envy, perspective taking and empathic concern. Since positive emotions did not significantly predict materialism, it was not necessary to perform the hierarchical regression analysis. The zero-order correlations with materialism were  $r = -.077$  with positive emotions, and  $r = -.102$  ( $p = .032$ ) with appreciation of beauty. In the case of envy, the EABE did not predict any additional variance beyond that predicted by positive emotions. In relation to the other variables, the EABE explained a significant increase in the proportion of variance accounted for by positive emotions. This increase was 11.5% in altruism, 3.3% in confidence, 10.6% in sensitivity to others, 6.8% in perspective taking, and 15.1% in empathic concern. When including all predictors in the analysis, positive emotions and appreciation of moral excellence were significant predictors in altruism and in trust, being the former the strongest predictor in trust, and the latter the best one in altruism. In sensitivity to others, only appreciation of moral excellence was significant. In empathic concern, both positive emotions and the two factors of appreciation of excellence were significant predictors, being the factor of moral excellence the strongest predictor. Finally, in perspective taking, only positive emotions was a significant predictor. In sum, these results showed some evidence of incremental validity of the EABE in comparison with the tendency to experience positive emotions, given that it significantly predicted most well-being and prosociality variables when the effects of positive emotions were controlled.

#### **2.2.3.4. Conclusion**

Psychology has not paid due attention to ABE as a strength of character. To fill this gap and increase the knowledge of the factor structure of ABE and its relationships with other psychological constructs, our objectives were to develop and examine the psychometric properties of a standalone measurement instrument that was brief, that was not part of a longer instrument, that was freely available to other researchers, and that adequately covered the content of ABE by assessing its three dimensions. In this study we focused on the subjective experience of individuals when they appreciate beauty and excellence, with the belief that those perceptions could be examined by the scientific methods of psychology.

The obtained results offer evidence of the instrument's validity. Evidence of content validity, i.e, the degree to which an instrument covers all relevant aspects of the conceptual domain it intends to measure, was obtained by including items that assess the three dimensions that constitute ABE in the model. The evaluation of the dimensional structure of ABE was achieved, first, with EFA and, then, with CFA in two independent samples. The three-dimensional model showed a good fit to the data, which was better than the fit of a one-dimensional model, and of various two-dimensional models. In addition, the test of heterogeneity of the correlated correlations of the three dimensions of ABE with the variables of the nomological network further supported the differentiation of these three dimensions. The three scales were internally consistent, which is especially remarkable given its brevity. The data

supported the theoretical proposition of Peterson and Seligman (2004), i.e., that appreciation of beauty and excellence is a unique construct that consists of three distinct but closely related types of appreciation that correspond to beauty, moral excellence and non-moral excellence.

Further evidence of construct validity was obtained by assessing the nomological network which, in general, proved to be consistent with our hypotheses, with some exceptions which will be discussed later. In addition to a mere visual inspection of the correlations, the two indices of construct validity and the test of heterogeneity of correlated correlations, provided a systematic and objective way to directly test the hypotheses about the nomological network of ABE. With regard to the incremental validity of the EABE, this scale proved to explain more variance than the most widely used measure of ABE, namely, the subscale of ABE of the VIA-IS, in relation to various well-being and prosociality variables. Also, the EABE predicted a significant proportion of variance of some of these same variables above social desirability and the tendency to experience positive emotions, which suggests that although the EABE may be related to social desirability and the tendency to experience positive emotions, the relationships of ABE with well-being and prosociality can not be explained solely by the shared variance of ABE with social desirability and positive emotions. Also, the big five personality factors explained only 23.1% of the variance in appreciation of beauty, 13.1% of the variance in appreciation of moral excellence, and 13.5% of the variance in appreciation of non-moral excellence, so we can conclude that ABE is a unique construct and can not be reduced to a simple linear combination of the big five personality factors.

The results of these studies allow us to describe the person with tendency to appreciate beauty and excellence, who seems to be different from individuals low in ABE in a number of psychological constructs. First, individuals high in ABE are generally high in self-transcendence. In other words, they tend to get absorbed, to forget themselves and to lose consciousness of time. They also tend to experience a remarkably strong relationship with nature and the universe as a whole, and often have the feeling that everything seems to be part of a living organism. They can often feel vitalized and comforted by spiritual experiences.

In addition, individuals high in ABE also tend to be more oriented towards the others because they have a greater capacity to experience what other people are feeling and put themselves in the other person's psychological state. They usually have a sympathetic attitude towards other people, an active concern for the well-being of others, and a strong belief in the sincerity and good intentions of other people. In addition, individuals who tend to be specifically high in appreciation of beauty are less focused on materialistic goals, and those who tend to be high in both appreciation of beauty and appreciation of moral excellence tend to be less envious. Regarding well-being, individuals high in ABE have a greater hedonic and eudaimonic well-being. Specifically, they tend to be more satisfied with life, experience more positive emotions, are more vital, feel they are in continuous personal growth, have a higher sense of purpose in life, and experience more hope. Moreover, individuals high in appreciation of beauty and appreciation of non-moral excellence tend to have a little less anxiety.

In relation to the taxonomy of the Big Five factors of personality, persons high in ABE tend to be more open to experience, agreeable, extrovert, conscientious and less neurotic. Finally, the tendency to appreciate beauty seems to increase slightly as we age and as the level of education increases. In addition, women tend to have a slightly greater appreciation of moral excellence than men.

In addition to this general description, when we compare the three types of appreciation with each other, we observed that people particularly high in the dimension of appreciation of beauty are more likely than those who are high in appreciation of moral and non-moral excellence to be more open to experience, to experience more self-transcendence, to be less materialistic, and to think more easily about the different ways in which they could achieve their goals in the future. On the other hand, people who are especially high in the dimension of appreciation of moral excellence are more likely than those who are higher in appreciation of beauty and non-moral excellence to have prosocial beliefs, attitudes and behaviors, i.e., they are kinder, more sensitive to others, altruistic, feel more the emotions of people who are suffering and worry more about them, and also have a greater tendency to give a socially acceptable image of themselves. Individuals who are high on appreciation of non-moral excellence have a greater tendency than those high in appreciation of beauty and moral excellence, to have a high need for achievement and satisfaction with life. Also, people particularly high in any of the two dimensions of excellence are more likely than those individuals high in appreciation of beauty to have a higher purpose in life (assessed with the PWS), probably because the scale of PWS is primarily related to the existence and achievement of goals in life, and the two types of appreciation of excellence seem to be more related than appreciation of beauty with the motivation to achieve certain objectives, in this case, the achievement of excellence.

In general, the observed relationships were congruent with the hypotheses, although we expected slightly higher correlations with materialism, envy, depression and anxiety. The negative correlation between materialism and appreciation of beauty fitted the predictions and was consistent with previous studies (Diessner *et al.*, 2008) and with the ideas of other authors (e.g., Haidt & Keltner, 2004; Eco, 2004). However, this relationship was smaller than expected. Maybe it was attenuated by the possibility that beauty can awaken the desire of possession. In these cases, this would not involve appreciation of beauty, but this effect can be produced by beauty and, thus, is an interesting effect that could be studied in the future. In relation to envy, the prediction was partially fulfilled because it was expected to correlate higher with the appreciation of excellence factors than with appreciation of beauty, and what has been observed is that the correlation was significant only with appreciation of beauty and of moral excellence, and especially higher with beauty. A possible explanation for the lack of relationship between materialism and appreciation of non-moral excellence could be that, in some cases, people may want to possess precisely the attributes they value of other people and feel envious, rather than just appreciate their intrinsic value. Haidt and Keltner (2004) suggested that a confident person, who has no esteem needs would be more capable to appreciate the excellence of others. It may have been possible that the EABE did not adequately reflect this nuance that would differentiate

the appreciation of the intrinsic value of beauty and excellence from the desire to possess such attributes.

With respect to the relationship between ABE and depression, we found a non-significant correlation, what is consistent with previous studies (Diessner *et al.*, 2008). We also expected higher correlations with anxiety but, although significant in the case of beauty and non-moral excellence, these were small. One possible explanation is that people high in ABE are also more prone to discomfort when beauty and excellence are not present in the environment, or when exposed to ugly environments or mediocre people. These relationships may, therefore, have been attenuated and it would be interesting to control, in future studies, the extent to which individuals are exposed to beauty and excellence.

Regarding the correlations between the EABE and other assessment instruments of ABE or similar constructs, i.e., the ABE subscale of the VIA-IS (Peterson & Seligman, 2004), the scale of engagement with beauty (Diessner *et al.*, 2008) and the facet openness to aesthetics of the NEO-PI-R (Costa & McCrae, 1992), they were in line with the predictions and ranged from moderate to very high, particularly high with the factor of beauty, except for the scale of engagement with moral beauty, which correlated higher with the factor of moral excellence. Also, the three factors of ABE showed from moderate to very high correlations with self-transcendence, what is consistent with our hypothesis. These relationships were higher with appreciation of beauty.

On the other hand, as expected, no ABE dimension correlated with the tendency to experience amusement nor with sensation seeking, providing further evidence of the scale's construct validity. However, the correlation with social desirability was significant, though small, as observed in previous studies (Osin, 2009). Although this result is not desirable, it is not surprising, considering the socially desirable nature of character strengths and the evidence showing significant correlations between social desirability and strengths, some of which are quite high, as in the case of the sense of justice ( $r = .43$ ) or the capacity to forgive ( $r = .55$ ) evaluated with the VIA-IS (Osin, 2009). But this relation is not only a problem of the VIA-IS, as it has also been observed in individual scales, for example, the Gratitude Questionnaire developed by McCullough *et al.* (2002) which showed correlations with social desirability (.34 and .29), which are actually higher than those of the EABE observed in the present study. As expected, the dimension with the highest correlation with social desirability was appreciation of moral excellence, given its more socially desirable content. However, despite this relationship, the EABE significantly predicted most well-being and prosociality variables even when the effects of social desirability were controlled.

In relation to the five factors of personality, the results are consistent with the hypotheses and with previous evidence (e.g., Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Shiota *et al.*, 2006). Appreciation of beauty correlated especially high with openness to experience while appreciation of moral excellence correlated especially high with agreeableness. Neuroticism correlated negatively and similarly with the three dimensions. With regard to extraversion, the observed correlations were also consistent with our hypotheses, although a higher correlation was

expected with the factors of excellence. Furthermore, although the correlations were in the expected direction, the contrasts between the three dimensions showed that their correlations with extraversion were not significantly different. In the case of conscientiousness, the hypotheses were partially met as we only expected a small correlation with the two factors of excellence, especially with the non-moral, and the data showed that conscientiousness was similarly associated with the three dimensions of ABE. Need for achievement, according to our predictions, correlated with the factors of excellence, especially with non-moral excellence, a result that is consistent with the observation that people who appreciate this kind of excellence are motivated to success (Algoe & Haidt, 2009).

The relationships with prosociality variables also confirmed the hypotheses and were in line with the results of other studies (e.g., Haidt, 2003; Silvers & Haidt, 2008; Bartels & Zeki, 2004; Algoe & Haidt, 2009; Freeman *et al.*, 2009; Cox, 2010). Most correlations were significant and moderate, and especially high with the factor of moral excellence, with the exception of trust and perspective taking, which similarly correlated with all factors. Thus, some evidence is provided that suggests the role of empathy in the aesthetic experience and in the imitation of the excellent actions we witness (Freedberg & Gallese, 2007), and the motivating power of appreciation of excellence in relation to the wish to be a better person and to adopt prosocial behaviors (e.g., Algoe & Haidt, 2009).

With regard to the relationship between ABE and well-being, the results were also congruent with the hypotheses, with the exception of depression and anxiety as we indicated before. The correlations observed in the present study with life satisfaction were similar to those observed in previous studies (Isaacowitz *et al.*, 2003; Peterson *et al.*, 2006; Peterson *et al.*, 2007; Littman-Ovadia & Lavy, 2012; Diessner *et al.*, 2008). The observed relationships, between small and moderate, indicate that ABE is associated with both hedonic and eudaimonic well-being, and especially with the latter. Moreover, the contribution of ABE to well-being has more to do with self-transcendence, which had a high correlation with ABE, in comparison with other well-being indicators more centered on the individual, such as life satisfaction or personal growth.

Although self-transcendence is not explicitly considered an indicator of well-being in positive psychology, it involves aspects related to peak experiences, flow, spirituality, or feelings of connection to our surroundings. In fact, transcendence was considered by Maslow in his later writings as the last motivational stage in human development (Koltko-Rivera, 2006), above self-actualization. It involved the pursuit and promotion of causes that are beyond oneself (as the devotion to an ideal that could be beauty or excellence, or the desire to join what is perceived as divine) and the experience of communion beyond the boundaries of the self through peak experiences (such as aesthetic experiences or other transpersonal experiences in which the person feels her identity extends beyond his own person).

Similarly, Seligman (2011) includes in his flourishing model (PERMA) the components of meaning and engagement (related to flow), whose definitions (pp. 11 and 12) are very similar to the facets of self-transcendence, of transpersonal identification and creative self-forgetfulness, respectively (Cloninger *et al.*, 1994). This relationship between ABE and self-transcendence not

only indicates that this strength is related to the well-being of the individual but also that it could promote sustainable well-being (Kjell, 2011), due to the greater importance of what transcends the individual, either other persons or broader entities such as nature, as evidenced by the correlations with prosociality variables. The beauty of the world and the excellence of others, which are appreciated for their intrinsic value, i.e., they are not considered as means to satisfy our own needs, motivates an ethical behavior in those who witness them.

Furthermore, it seems that lasting happiness is associated with a flexible sense of the self, strongly connected with the environment, including other people, i.e., with self-transcendence values such as universality and benevolence (Dambrun *et al.*, 2012). The experience of ABE is often associated with a feeling of fulfillment and one of being in tune with the world, aspects of well-being that are related to self-transcendence. However, scales that measure these aspects of well-being were not available when we carried out our study, since only recently they have been explicitly considered as components of well-being (Dambrun *et al.*, 2012; Delle Fave *et al.*, 2011). In any case, although the observed relationships indicate that ABE is related to well-being, a factor that may influence this association and that has not been controlled in this study is whether, apart from having a tendency to ABE, people have real and frequent opportunities to appreciate beauty and excellence. A person high in ABE who lives in an environment that lacks beauty and excellence will not benefit as one that lives in an environment rich in this type of stimuli. It is important not to forget that ABE results from an interaction between the beholder and the environment. This is an important issue that, although is not part of the construct of ABE itself, should be consider when studying the relationships of ABE with other constructs, namely, well-being and prosociality variables.

Finally, the observed relationships between ABE and sociodemographic variables also were in line with the predictions. Although all the reviewed studies indicate that women score higher than men in ABE, evaluated as a single dimension, in our study women scored slightly higher than men only in appreciation of moral excellence, which is consistent with previous studies (Landis *et al.*, 2009). On the other hand, only the beauty factor significantly correlated with age and the relationship was small, a result consistent with other studies (Park & Peterson, 2006; Ruch *et al.*, 2010; Diessner *et al.*, 2008). In relation to education, only appreciation of beauty showed a significant correlation, although it was small.

The studies presented in this chapter have a number of limitations. A first limitation is that the sample in Study 1 consisted only of women. This aspect of the sample could have biased the results, which were used to build the EABE items. However, our results were consistent with those of previous studies, and we complemented them with additional sources of information when developing the items. Also, the sample was very small, which may have restricted the range of possible responses in front of beauty and excellence. However, the responses from one participant to another were relatively consistent, which suggests that even if we had a more varied sample, the responses would have not been very different. Nevertheless, both the sample size and the fact that the participants were all women are a limitation, and it would be desirable that future studies focus on a larger and more varied sample. As a step in this direction, in the

future we could analyse the content of the exercises performed by the participants of the intervention ( $n = 47$ ) and see if the results are consistent with those of Study 1.

Another limitation has to do with the brevity of the scale, which may have contributed to a possible restriction on the possible responses to beauty and excellence. However, we wanted to develop a short scale that was easy to use and had a suitable length to be included in future research that may use several questionnaires and may, hence, prefer short scales to avoid overwhelming the participants. Nevertheless, despite this limitation, we think we have managed to strike a relatively good balance between length and content, as the analyses we performed have shown evidence of construct validity and reliability. In this sense, we stress the relatively high concordance between the relationships predicted and the relationships empirically observed between EABE and the variables of the nomological network, as the quantitative indices of construct validity showed.

Finally, another limitation lies in the representativity of our sample with respect to the general population. We tried to make the sample as varied as possible by doing part of the research online, in order to facilitate the access to the questionnaires. As a result, we obtained a sample closer to the general population than the samples composed exclusively of college students, so common in psychological research. We even had participants from other countries. However, in the future, studies should use larger and more heterogeneous samples, to increase the generalizability of the results.

To summarize, the EABE showed strong psychometric properties and we believe that it can be used in future research on ABE. Despite its limitations, we think the scale is an improvement over currently existing scales. It evaluates adequately the construct of ABE, as suggested by the evidence of validity observed. However, our results do not address the questions of (1) whether ABE can be developed, and (2) whether ABE has a causal relationship with well-being. To answer these questions, we have designed, carried out and evaluated a pilot intervention of appreciation of beauty, which is described in the next chapter.

### **3. Appreciation of beauty training: design and evaluation of a pilot intervention**

#### **3. 1. Introduction**

Given the current emphasis in positive psychology on developing character strengths and the evidence suggesting the possible implications of ABE on different levels of well-being (Chapter 3), we developed and tested a pilot intervention to increase appreciation of beauty (AB). For the sake of simplicity, our study focused only on AB. As a feasibility study, we considered that focusing only in one aspect of ABE would be an appropriate first step in the development of interventions to increase this strength. We set the following goals while designing the study:

1. The main goal was to empirically test if it is possible to improve appreciation of beauty (AB) through intentional activities in a relatively short period of time. In order to achieve this main goal, we defined several specific goals to outline the particular actions that took during the intervention. These specific goals reflected, therefore, the explicit aspects on which we worked, in order to facilitate conditions that, in our opinion, would increase the likelihood of AB. The specific goals were:

- a) To increase the awareness of beauty in one's own world.
- b) To gain awareness of the way in which beauty influence our thoughts, emotions, behaviors, and motivations.
- c) To develop an esthetic attitude, defined as the disinterested and sympathetic attention to and contemplation of any object of awareness whatsoever, for its own sake alone (Stolnitz, 1960, cited in Franklin 1990).
- d) To intentionally change one's environment and activities in order to increase the probability of AB.

2. We additionally tested if the AB training produces some general outcomes, specifically, an increase in subjective feelings of well-being, hope and self-transcendence (creative self-forgetfulness and transpersonal identification). Although we did not work directly over these variables, they could increase as a consequence of the training, given their relationships with AB (Chapter 3).

3. Furthermore, we collected feedback from participants about the exercises that are part of the intervention, in order to improve effectiveness in future interventions.

4. Finally, we evaluated the temporal stability of the three dimensions that comprise EABE, to provide additional evidence of the reliability of the scale.



With the above goals in mind, we designed and evaluated a three-week online pilot intervention with three conditions: (a) an appreciation of beauty condition (AB), (b) a placebo condition (P), and (c) a wait list condition (WL). Pre-test, post-test and one-month follow-up measures were evaluated to track the changes of the variables along the duration of the intervention.

In relation to the main goal of the study, we expect an increase in appreciation of beauty in the beauty condition, in comparison with the other two conditions after the intervention. Although we expect an increase only in appreciation of beauty, an increase in the other two factors (moral excellence and non-moral excellence) could be possible given their intercorrelation. Should this occur, we expect the effect on appreciation of moral excellence and non-moral excellence to be smaller than the effect on appreciation of beauty.

Regarding the specific goals of the study, we expect the appreciation of beauty training group to increase its awareness of beauty, its awareness of the ways beauty influences them, its aesthetic attitude, and to adopt behaviors that increase the likelihood to appreciate beauty, specifically, to change the environment and the activities that imply an exposition to beauty, in comparison to the other two groups after the intervention.

Concerning the general outcomes of the study, we expect the appreciation of beauty training group to increase its subjective feelings of well-being, hope and self-transcendence, in comparison with the other two groups. Regarding self-transcendence, we are aware that this is a quite stable trait and, three weeks may, therefore, be a too short period of time to introduce a detectable change. However, we are interested in testing this variable given its close relationship with appreciation of beauty.

With regard to the opinions of the participants about the exercises, although our focus is mainly exploratory and we have no specific hypotheses, we expect that participants show a greater adherence to the exercises that are easier to do and that they like the most. Finally, it is expected that the EABE has an acceptable temporal reliability.

## **3.2. Method**

### ***3.2.1. Participants***

#### **3.2.1.1. Sampling and recruitment**

We were interested in testing this intervention on volunteers recruited among normal population, with no restriction of sex or age. Participants were just required to be fluent in Spanish and have internet access, in order to be able to access the intervention's website.

In order to determine the sample size, we used the G\*Power 3 program (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007), which is freely available in Internet. Considering a power of .8 (recommended), an alpha value of .05, three conditions (appreciation of beauty, placebo and wait

list), three measurements (pre, post, and follow-up), a MANOVA repeated measures within-between interaction statistical test, and a medium effect size<sup>26</sup>, the resulting estimated sample was 98 participants<sup>27</sup>. The decision to choose a medium effect size was based on a review of the effect sizes reported in other positive interventions (e.g., Diessner *et al.*, 2006; Meevissen *et al.*, 2011; Martínez-Martí, Avia & Hernández-Lloreda, 2010).

Participants were recruited by advertising the study with a poster through all available means. It was posted in the online campus of the Universidad Complutense de Madrid, the Association of students of the School of Psychology of the same university, in the Facebook page of the Spanish Society of Positive Psychology, and in other social networks. Emails were sent to our contacts as well as to a list of people who attended the positive psychology conference celebrated in the School of Psychology of the Universidad Complutense de Madrid in April 2011, and showed interest in participating in research in positive psychology. Finally, hard copies of the poster were also distributed to several university schools and departments of the Universidad Complutense, as well as to other universities in Spain (e.g., Universidad de Málaga). The poster advertised a 3-week online positive psychology study about interventions to cultivate some attitudes towards the environment. A one-day online course with exercises to improve well-being was offered as compensation for participation.

### 3.2.1.2. Control conditions

We used two control conditions: (a) a comparison group which did another intervention (placebo), and (b) a wait list group.

The placebo group did an intervention focused on relationship with other people. The designed exercise was based on *Naikan* (Miki, 1976), a Japanese therapy, although modified for the purpose of this study. Participants had to choose three people from different contexts (one for each week of the intervention) with whom they had a relationship with different degree of closeness, from very close to not very close. In relation to the person chosen for each week, participants answered the next questions every evening: (a) “What have I received from (name of the person)?”, and (b) “What have I given to (name of the person)?”

Guided by the principle to cause the least possible disturbance in participants, we chose this kind of intervention because participants may obtain a benefit from their participation in the study, although it should not have a strong effect on the dependent variables of the study, given that it is focused in specific personal relationships instead of beauty. This intervention may have slightly influenced the participants’ subjective feelings of well-being or may have improved some items in the transpersonal identification scale. However, we prioritized the inclusion of a

---

<sup>26</sup> By convention,  $\eta_p^2 = .01$  is a small effect size; .06 is a medium effect size; .14 is a large effect size (Green & Salkind, 2005).

<sup>27</sup> Finally, we conducted a series of ANCOVA analyses. With this new type of analysis and considering an overall effect size  $f = .25$ , an alpha of .05, a power of 0.80, 4 degrees of freedom of the numerator, three groups and one covariate, the sample size needed to detect a significant difference is 196. When introducing two covariates in the calculation, the sample size is the same.

comparison exercise that could benefit participants in some way, so a small increase in some variables was not unexpected. Considering that three weeks was a long time, especially when participants were volunteers, we decided to design a placebo exercise that could make sense and be perceived as positive to prevent participants in this group to feel deceived once the intervention was over and they knew they had been assigned to a comparison condition. Even if we anticipated that the exercise could increase feelings of gratitude and reinforce the relationships of the participant, the effects should not influence the dependent variables of the study or, if it does, the influence should be smaller than the one caused by the appreciation of beauty training. Therefore, we considered this design as acceptable, compared with other possible interventions. Furthermore, this format allowed us to include daily exercises, and, in this sense, resembled the appreciation of beauty training condition. Finally, given that the study was advertised as a research of positive interventions regarding attitudes towards the environment (physical or social), it was possible to control the expectations regarding the result of the interventions.

Participants assigned to the wait list condition were informed that, given the great number of people interested in the study, we decided to run it in two stages and that they had been randomly assigned to the group for the second stage. We also asked them to answer a few questions before the beginning the intervention.

### **3.2.1.3. Description of the sample**

Participants were randomly assigned to one of three possible experimental conditions: beauty, placebo and wait list. They were partitioned in two studies that followed exactly the same procedure. We decided to carry out a second study for two reasons: because when the first study finished, the appreciation of beauty group was composed only by women, and also to increase the sample size. Therefore, for the second study, new participants were recruited and randomly assigned to the three conditions, until the three groups were equivalent in all variables.

From an initial sample of 204 participants (considering both studies), 150 participants constituted the final sample. This difference is due to the fact that some participants dropped out and that a few outliers were removed from the database. Outliers were detected through a visual exploration of the boxplot of each variable. Participants identified as outliers in more than one variable and who gave an explanation regarding any circumstances that could have affected them during the intervention, were removed. A total of 6 outliers were removed from the database, 4 from the beauty condition, 1 from the placebo condition and 1 from the wait list condition. From the initial 204 participants, 48 dropped out (23.5%) and 156 participants finished the study (76.5%). In the beauty condition there were initially 72 participants, of which 25 dropped out (34.7%) and 47 remained in the study (65.3%). In the placebo condition there were initially 74 participants, of which 21 dropped out (28.4%) and 53 remained in the study (71.6%). In the wait list condition there were initially 58 participants, of which 2 dropped out (3.4%) and 56 remained in the study (96.6%). We initially assigned fewer participants to the wait list condition, because

in the first study no participants dropped out, so we did not have to compensate for that drop out in the second study, as we did with the other two conditions. The relative proportion of participants who dropped out the study in relation to those who finished was significantly different in the wait list condition (3.4%), in comparison with both the beauty group (34.7%) and the placebo group (28.4%) (*Pearson*  $\chi^2(2) = 18.97, p < .001$ ). There were no differences in the relative proportion of participants who dropped out the study between the beauty condition and the placebo condition. We compared those participants who dropped the study and those who finished it in all variables within each group. Because only two participants in the wait list condition dropped out the study, it was not possible to perform the analyses in this condition. Therefore, we only focused on the beauty and placebo conditions. For the qualitative variables we calculated a series of  $\chi^2$  tests, and for the quantitative variables we did a series of ANOVA with two factors, (1) *participation*, with two levels, i.e., dropped out the study and remained in the study, and (2) *condition*, with two levels, i.e., beauty and placebo. We used a Bonferroni adjustment for multiple comparisons and an alpha level of .05 for all statistical tests.

In the case of nationality and marital status, there were not enough cases per cell. Therefore, the  $\chi^2$  results could not be interpreted adequately. However, conditions seemed to be equivalent in these variables. Participants who dropped the study did not differ from those participants who finished the study in any of the two conditions (beauty and placebo) in sex, education, age. Nor they differed in the variables assessing the specific objectives of the intervention (i.e., awareness of beauty in one's own world, awareness of the ways beauty influences us, aesthetic attitude, and behaviors to be exposed to beauty), the three subscales of ABE (appreciation of beauty, appreciation of moral excellence, and appreciation of non-moral excellence), subjective feelings of well-being, and hope.

Nevertheless, there was a significant effect of the interaction *participation* x *condition* in self-transcendence ( $F(1, 142) = 4.77, p = .031, \eta_p^2 = .033, \text{observed power} = .583$ ). There was a tendency in those participants who dropped the study, only within the beauty condition, to score lower in self-transcendence than those who finished the study ( $p = .054; M \text{ dropped} = 3.02, SD = 1.62; M \text{ finished} = 3.34, SD = 1.18, \text{Cohen's } d = 0.23$ ). There were, however, no differences in the placebo condition ( $p = .25$ ). Although the effect size was small, this result is interesting since it may be revealing what kind of people prefers this type of interventions, probably because they fit better. Additionally, it is worth noting that, regardless of the difference between those participants who abandoned the study and those who finished it in the beauty condition, all conditions in the pre-test still remained equivalent in self-transcendence.

The final sample was composed by 150 participants, distributed as follows: 43 participants in the beauty condition, 52 participants in the placebo condition, and 55 in the wait list. From these 150 participants, 21 (14%) were men and 129 (86%) were women. The average age was 32.09 ( $SD = 10.97$ , range 18-69). There were 15 different nationalities. Most participants were Spanish ( $n = 122, 81.3\%$ ), followed by Mexican ( $n = 9$ ), Argentinian ( $n = 3$ ), Chilean ( $n = 3$ ), Peruvian ( $n = 3$ ), Uruguayan ( $n = 2$ ), Bolivian ( $n = 1$ ), Colombian ( $n = 1$ ), Costa Rican ( $n = 1$ ), French ( $n = 1$ ), German ( $n = 1$ ), Italian ( $n = 2$ ), and Venezuelan ( $n = 1$ ). Although

most participants had their residency in Spain, there were seven participants living in Mexico, two in Argentina, two in Chile, two in Peru, one in Colombia, one in Costa Rica, and one in Uruguay. Regarding the level of education achieved, 39.3% of the participants held a university degree, 35.3% had postgraduate studies, 24.7% had completed secondary education, and 0.7% primary education. Professions were very diverse. For example, some of them were administrative assistants, architects, computer specialists, dancers, dentists, lawyer, or psychologist. Regarding the marital status, 68% of the participants were single, 25.3% were married or living with a partner, 6% were divorced or separated, and 0.7% was widowed. All participants claimed to fulfill the two requirements to participate, i.e., they all were fluent in Spanish and had Internet access during the three weeks of the intervention.

### **3.2.2. Procedure**

#### **3.2.2.1. Online format**

The intervention used an online format, which had several advantages. Participants did not have to reach any specific place, avoiding unnecessary time and commuting inconveniences. Moreover, we could target a broader audience. In fact, any person fluent in Spanish and with an Internet connection was able to participate, regardless of where she was located around the world. However, this format also had some disadvantages. One of them was the lack of personal contact with the instructor of the intervention as well as with the other participants. Another limitation was the impossibility to participate for people with no Internet access. Nonetheless, considering both the advantages and the disadvantages, we estimated that the benefits exceeded the drawbacks. We believe Internet is a powerful tool to test and spread positive interventions, so this study represented also an opportunity to see how this format would work. We used the Edu20 e-learning platform for the intervention (<http://www.edu20.org/>), since it has a number of advantages over other e-learning platforms. It is free to use and offers the possibility to upload videos, slides, and audio files, to do online exercises and to keep track of the participant's compliance to the exercises. Furthermore, the platform's interface is available in different languages, including Spanish. We also used Surveygizmo (<http://www.surveygizmo.com/>) to post questionnaires online.

#### **3.2.2.2. General structure**

Before launching the actual intervention, a small group of five people tested the online platform, listened to the online sessions, did the exercises, and answered the questions during one week, in order to make sure that everything worked correctly and to identify any problem before the intervention began.

The week before the intervention started (week 0), prospective participants were contacted by email and notified of the immediate beginning of the intervention. Those who continued being interested in participate, received a link to a website where they answered whether they fulfilled the requirements, read and accepted a contract between participant and researcher, read and signed the informed consent, and answered the pre-test measures.

Participants were randomly assigned to the conditions and we checked for homogeneity of dependent variables between the three conditions. Next, condition-specific instructions were sent to the participants in the appreciation of beauty and placebo conditions, on how to carry out the intervention and how to use the online platform. The night before the intervention began, participants in the appreciation of beauty and placebo conditions received an invitation to access the website of the online platform, with their user name and password. Participants in the wait list condition received an email explaining that they would begin the intervention two months later and were kindly requested to answer some questions twice before they began the intervention.

The intervention lasted three weeks. During this time, participants received regular reminders via email to do the exercises. Once the intervention was over, all participants received the link to the post-test survey. One month later, participants received again a link to the follow-up survey. Finally, all participants in the appreciation of beauty and placebo conditions received an email with feedback regarding the goals of the study and were offered the possibility to carry out the intervention in the other condition. In addition, preliminary results from the post-test were presented, and participants were invited to attend the one-day online course on exercises to improve well-being, as compensation for their participation. As for participants in the wait list, they received the invitation from the online platform and initiated the intervention. Once they completed the three-week intervention, they received the same feedback and an invitation to attend the one-day online course on well-being. Table 12 summarizes the general structure of the intervention.

*Table 12. General structure of the intervention*

	Mon	Tue	Wed	Thur	Fri	Sat	Sun	
Pre – pilot intervention								
Week 0	Informed consent, contract , pre-test			Random assignment		Send instructions and invitation		
Week 1								
Week 2	Intervention							
Week 3								
Week 4	Post - test							
Week 8	Follow - up test			Disclosure of goals, results post-test, course				

### 3.2.2.3. Appreciation of beauty intervention procedure

*Strategies/exercises used to achieve the specific goals of the appreciation of beauty condition*

Table 13 shows the strategies or exercises designed to fulfill each of the specific goals of the study.

*Table 13. Exercises and strategies designed to achieve each specific goal.*

Specific Goal	Exercises or strategies
1. To increase the awareness of beauty in one's own world.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Online lesson with examples: American Beauty movie excerpt, video Joshua Bell.</li><li>• Beauty Journal.</li><li>• Beauty Awareness Exercise.</li><li>• Beauty Portfolio.</li><li>• Sharing beauty experiences in the forum.</li></ul>
2. To gain awareness of the ways beauty influences us: thoughts, emotions, behaviors, and motivations.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beauty Journal.</li><li>• Beauty Awareness Exercise.</li><li>• Beauty Portfolio.</li><li>• Remembering past experiences of AB.</li><li>• Creation of beautiful environments.</li><li>• Deliberate exposition to beauty.</li><li>• Global reflection on Beauty.</li></ul>
3. To develop an esthetic attitude.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Online lesson with examples: Emphasis on the kind of attitude that may facilitate AB.</li><li>• Realizing the way we facilitate or impede AB.</li><li>• Beauty Awareness Exercise.</li><li>• Deliberate exposition to beauty.</li></ul>
4. To introduce behaviors that involve the exposition to beauty in order to increase the probability of AB.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beauty Portfolio.</li><li>• Creation of beautiful environments.</li><li>• Deliberate exposition to beauty.</li></ul>

### *Description of the exercises*

*Beauty Journal.* It was of an online journal where participants wrote, at the end of the day, the beautiful things they had appreciated that day. Instructions were as follows: “Try to list all the beautiful things you have appreciated today. It can be anything; we can find beauty even in the most apparently insignificant thing. If you have not appreciated anything beautiful today, it is fine. Just continue to pay attention and be open, beauty could appear when you less expect it. The more attention you pay to your surroundings quietly, the more likely it is that you find beauty. If you have indeed appreciated something beautiful today, write about it in your Beauty Journal and reflect on your experience answering these three points: (a) How did you feel?, (b) What did you think?, (c) In that moment, or maybe later, did you do something or felt like you wanted to do something?”.

*Beauty Awareness Exercise.* This exercise consisted in focusing the attention on a beautiful object (chosen by the participant) with an open, receptive, non-analytic attitude, i.e., an aesthetic attitude. For this purpose, participants were guided using a 10-minute long audio file (.mp3) to focus on the characteristics of the object (color, brightness, light, shape, texture, sound, etc.) in order to facilitate absorption. At the end of the exercise, participants were instructed to focus on the way they were feeling. Participants could download the audio file in their mp3 players (or mobile phones) and do the exercise in any place. Participants were also asked to describe very briefly the exercise done that same day, including: when and where they did the exercise, which was the object of attention, and how they felt. Instructions were as follows: “Please, describe briefly the following aspects of the Beauty Awareness Exercise you did today: (a) When, (b) Where, (c) To what have you paid attention, and (d) How did you feel”.

*Beauty Portfolio.* Based on Fredrickson’s positive portfolio, the idea was to create an online portfolio where participants could add objects of special significance that represented what is beauty for them, and that caused them positive emotions (presumably, self-transcendence emotions, such as wonder, awe, gratitude, etc.). These objects may include photographs, poems, quotes, drawings, songs, thoughts, words, etc. Participants had to explain what kind of emotions these objects gave them. In order to upload the objects to the online portfolio, participants could take pictures of these objects and upload them. Also, they were able to upload audio or text files. Instructions were as follows: “Each of you has a personal folder. In this folder you will be putting those items of particular relevance to you that represent what beauty is for you. These objects should generate some sort of positive emotion. They can be photographs, poems, quotes, pictures, songs, etc. You can take pictures of the objects or places that you think are beautiful and upload the photography to the folder as a representation of these objects or places. During this week, put at least three objects in your Beauty Portfolio. At the end of the week, write in this space what items you put and what positive emotions each of them causes you”.

*Sharing beauty experiences in the forum.* We created a forum where participants could share their experiences of appreciation of beauty. The entries could have served as examples and give ideas to other participants regarding where it is possible to perceive beauty, broadening the



scope of the possible situations or objects where beauty could be found. Participants were encouraged to share at least one of these experiences each week. The instructions for this exercise were: “During this week, contribute with at least one entry in the forum, sharing one of your experiences with beauty”.

*Remembering past experiences.* Participants were asked to think of a time when they appreciated something beautiful and to reflect on the associated emotions, thoughts, behaviors or motivations. The instructions for this exercise were: “Please, remember a time when you appreciated something that was beautiful for you and try to re-experience that moment, trying to remember as many details of the situation as possible. Try to re-experience this situation for a moment. Then, describe the situation and your experience, and try to answer, as far as possible, the following questions: (a) How did you feel?, (b) What did you think?, (c) Did you do anything or felt motivated to do something?”.

*Global reflection on Beauty.* At the end of the intervention, participants were asked to write a global reflection about the intervention, considering the exercises done and the content of both the Beauty Journal and the Beauty Portfolio. This reflection would include what Beauty means to them and its influence in their life (if any). Participants were able to add images, music, etc., to their answer. Instructions were as follows: “Please write an overall reflection about beauty. Write an overall reflection on your experience during these last three weeks of the study. To do this, read what you have written in your Beauty journal since we started the study and review the contents of your Beauty portfolio. Its content will help you in the reflection. Explain in your own words what beauty means to you, not a theoretical definition as you might find in a book, but what unique meaning it has for you, describing its influence on you, if it has any. You can accompany your written reflection with images and audio files, if desired”.

*Realizing the way we facilitate or impede appreciation of beauty.* After explaining to the participants the attitudes or behaviors that may increase the probability of appreciating beauty, they were asked to think if they act in any of those ways. Participants did not have to write anything and this exercise only required them to watch an online video.

*Creating beautiful environments.* Participants were asked to add a beautiful stimulus (e.g., plants, pictures, music, poems, quotes, specific objects, etc.) where they could perceive it, e.g., in their house or office. Instructions were as follows: “Throughout the week, put at least one thing that for you is beautiful in your environment, whether at home or at your workplace, where you can easily perceive it. This object can be anything that for you is beautiful, for example, a painting, a drawing, a photograph, a poem, a phrase, a plant, an object, music, etc. At the end of the week, write in this space which beautiful object/s you added to your surroundings during the week and describe whether, when you perceived them, they had some effect on you, no matter how small”.

*Deliberate exposition to beauty.* Participants were asked to plan in advance an activity that may increase the probability that they appreciate something beautiful. Example of such activities are, going to places such as galleries, museums, theatres, cinemas, nice parts of the city, concerts, natural environments, etc. Participants were encouraged to adopt an esthetic

attitude when doing this activity. Instructions were as follows: “Please, plan in advance an activity to do this week in which it is more likely to appreciate beauty. You can, for example, visit a museum or exhibition, go to the movies or to the theater, go for a walk around the place where you live that looks especially nice, listen live music, go hiking, go for a walk in a park or garden, etc. When you do this activity, try to adopt an aesthetic attitude, consisting of the conditions discussed last week. Pay attention with an open mind about how, when and where you can find beauty. Take time to look around you, try to relax and let go without analyzing the situation. Today make a list of all the activities that you can think of and think about when you could do them. Then, choose at least one of them and set the time to do it. After the activity, write in this space which activity/s you have done, when, where and what was your experience (how you felt, what you did, what were you thought, etc.)”.

### *Organization of the exercises*

The inclusion of different exercises had two goals. On the one hand, introducing different and new exercises could help to keep the intervention fresh and participants engaged. In other words, we tried to prevent participants from getting bored and from losing interest in the intervention. Previous evidence has shown that, in this context, people usually like changes, probably because they are stimulating (Lyubomirsky, Schkade, & Sheldon, 2005). On the other hand, the different exercises were aimed at achieving different specific goals. During the first week, the exercises were aimed at increasing the awareness of the presence of beauty and of how it affects our emotions, thoughts, and behaviors. After this initial contact with beauty, the second week added an exercise to cultivate a specific attitude in front of beauty. Finally, new exercises were added in third week to encourage participants to introduce new behaviors that would involve the exposition to beauty and interiorize the attitude previously learned. After these three weeks, participants reflected about their experience over the course of the intervention and consolidated their thoughts in the last exercise. A detailed description of each week is presented below.

#### *Week 1: Getting familiar with beauty and gaining awareness of its presence*

The first day of week 1 began with an introductory video-lecture. The topic of beauty was introduced, reviewing some of the different approaches of beauty through History. It was neither too theoretic nor exhaustive. Instead, it was just a general account of beauty as a way to introduce the subject of the intervention. The first part of the lecture illustrated the fact that there are many definitions of beauty and different emphases on the diverse characteristics of what are considered to be beautiful objects. This led to the recognition that there is a certain degree of agreement about the characteristics that make objects more beautiful, but also the recognition of the subjective aspect of beauty. Also, it was emphasized the fact that although beauty is ineffable, we all know with complete certainty when something is beautiful.

The lecture continued with a discussion on the effects of beauty on people. A short video was posted to illustrate the fact that beauty is around us and have an influence on us. The video was an excerpt from the movie *American Beauty* (Sam Mendes, 1999)<sup>28</sup>. The excerpt perfectly represents the experience of appreciation of beauty. The video excerpt did not reveal any information regarding the plot of the movie, in order to avoid any negative effect on the participants. Once participants watched the video, they were asked to do the exercise “Remembering past experiences of appreciation of beauty”.

The lecture then focused on the exercises they had to do during the first week of intervention. Participants were requested to do two exercises: to put one beautiful thing in a place where they can perceive it, and to keep a daily Beauty Journal. Table 14 summarizes the schedule of week 1.

*Table 14. Schedule of week 1.*

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Online lecture 1						
Remember past experience of AB						
Put one beautiful object in the environment						
Share at least one AB experience in the forum						
Journal	Journal	Journal	Journal	Journal	Journal	Journal

### *Week 2: Adopting an esthetic attitude*

This week began with an online session. The topic raised was “Do we notice beauty? And if we do, what is our attitude?” Next, participants watched a short video about the experiment the newspaper The Washington Post did on 2007<sup>29</sup>. In this experiment, Joshua Bell, considered one of the finest violinists of the world, camouflaged with a baseball cap and a T-shirt, played his Stradivarius in a Metro station in Washington during 43 minutes. Most part of the people who passed close to him just ignored him, while three days before, Bell had filled the house at Boston's stately Symphony Hall, where merely pretty good seats went for \$100.

Although the experiment may be interpreted in many different ways, it is thought-provoking and it was a good way to introduce the topic of the second session: our attitude toward beauty. After watching the video, the conditions that may hinder or facilitate the appreciation of beauty were discussed. Some of the conditions that presumably may hinder it are:

<sup>28</sup> The video can be viewed at: <http://www.youtube.com/watch?v=pGWU4QhJ4L8>

<sup>29</sup> The video can be viewed at: [http://www.youtube.com/watch?v=hnOPu0\\_YWhw&feature=rellist&playnext=1&list=PLF291887E7386E965](http://www.youtube.com/watch?v=hnOPu0_YWhw&feature=rellist&playnext=1&list=PLF291887E7386E965)

- 1) To live engrossed in our thoughts, unaware of our experience in the present moment, as if we were with the automatic pilot on.
- 2) To have pre-established ideas of what should be beautiful or where we could only find it.
- 3) To be in a rush, without time for contemplation.
- 4) To be stressed. When we are stressed, our attention narrows its focus and focus on problems.
- 5) To think that beauty is not important, that it is something superfluous.
- 6) To analyze/rationalize the situation when we perceive something beautiful.

In contrast, some of the conditions that may probably facilitate AB are:

- 1) To pay attention to what surround us in the present moment in an open, receptive and non-judgmental way, as well as to cultivate a “beginner’s mind”, i.e., an attitude of wonder similar to that of a child who sees the world for the first time.
- 2) To have an open attitude about the ways and the places in which beauty can be displayed.
- 3) To dedicate time to contemplate beauty without rush.
- 4) To be relaxed. When we are relaxed, we are more open and our attention broadens its scope.
- 5) To recognize the value of beauty.
- 6) To let oneself go and avoid analyzing the situation when in the presence of beauty.

As an illustration, the comparison the Zen mystic D. T. Suzuki (1960/1964), Japanese philosopher of the 20<sup>th</sup> century, does of two poems that represent different attitudes in the presence of a flower is described. The first one is a poem written by Alfred Tennyson, a popular English poet of the 19<sup>th</sup> century:

Flower in the crannied wall,  
I pluck you out of the crannies,  
I hold you here, root and all, in my hand,  
Little flower -but if I could understand  
What you are, root and all, and all in all,  
I should know what God and man is.

The second poem is a Haiku written by Matsuo Basho, a famous Japanese Zen mystic and poet of the 17<sup>th</sup> century:

When I look carefully,  
I see the nazuna blooming  
by the hedge!

Participants were requested to read them carefully and find the differences between both attitudes. Tennyson has a rational attitude; he tries to understand what beauty is, he is active and violent. He wants to possess the flower, he grabs it and scrutiny it, and is frustrated in his effort to understand. Instead, Basho is more intuitive. He is passive, he does not pluck the flower, just looks at it with a careful and aware attitude. He is amazed by an apparently ordinary flower; he sees the extraordinary in the ordinary.

According to Suzuki, Basho "just looks at it. He is absorbed in thought. He feels something in his mind, but he does not express it. He lets an exclamation mark say everything he wishes to say." Tennyson, by contrast, "is active and analytical. He first plucks the flower from the place where it grows. He separates it from the ground where it belongs....he does not leave the flower alone. He must tear it away from the crannied wall, 'root and all,' which means the plant must die. He does not, apparently, care for its destiny; his curiosity must be satisfied."

For Suzuki, Tennyson represents an analytical, objective, conceptual, and schematic attitude, while Basho represents an integrative, non-discriminative, intuitive, and subjective attitude.

Then, after explaining to the participants the attitudes or behaviors that may increase or decrease the probability of appreciating beauty, they were asked to reflect on the kind of attitudes they normally adopt in their daily lives.

Then, an exercise to help participants cultivate an esthetic attitude, based on the points previously raised, was conducted. Using visual stimuli of beautiful natural objects and landscapes, participants were instructed to pay attention to the images and keep an aesthetic attitude. Similar instructions, although adapted to more general situations, were recorded and uploaded to the online platform so that participants could download it and listen to it during the rest of the week. In this 10-minute audio file (mp3), participants are instructed to focus their attention on a beautiful object (whatever they choose), and have an open, receptive, non-analytic attitude. They are encouraged to focus on the characteristics of the object (color, bright, light, shape, texture, sound, etc.) to facilitate absorption. Whenever they notice their minds are wandering, they are instructed to accept this fact as normal, and try to kindly focus their attention again on the beautiful stimulus. At the end of the exercise, participants focus on the way they are feeling and then finish the exercise.

To end the lesson, the new exercise for that week was explained: the Beauty Portfolio. After one week doing the Beauty journal (Week 1), participants should be better prepared to identify the emotions associated with beauty. Therefore, the Beauty Portfolio was introduced. For homework, participants were requested to do the Beauty Awareness Exercise every two days for the rest of the week. They were asked to plan in advance when they think they were going to be able to practice it during the next week. Also, they had to begin working in their Beauty Portfolio, adding at least 3 things to the folder during that week. Finally, they continued doing the Beauty Journal at the end of the day every other day, alternating with the Beauty Awareness Exercise. Once again, they were encouraged to share at least one of their experiences in the forum. Table 15 summarizes the schedule of week 2.

Table 15. Schedule of week 2.

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Online lecture 2						
Realize the way we facilitate or impede AB						
Beauty Portfolio						
Sharing at least one AB experience in the forum						
Beauty Awareness	Journal	Beauty Awareness	Journal	Beauty Awareness	Journal	Beauty Awareness

*Week 3: Introducing behaviours that may increase the probability of appreciating beauty and interiorizing the esthetic attitude*

The third and last session was just a brief review of what participants had been doing for the last two weeks. Then, participants received the instructions of another exercise for that week, i.e., they had to plan in advance one activity that may increase the probability that they appreciate something beautiful, and then adopt an esthetic attitude when doing this activity. In addition to this exercise, participants continued doing the Beauty portfolio (again, at least 3 things during the week), the Beauty Journal at the end of the day, alternating with the Beauty Awareness Exercise, although without the audio instructions this time. The goal was that participants interiorize the instructions of the exercise in order to cultivate an esthetic attitude. Once again, they were encouraged to share at least one of their experiences in the forum. Additionally, participants were instructed to do a global reflection on Beauty the last day of the intervention. Table 15 summarized the schedule for week 3.

Table 15. Schedule for week 3

Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
Online lecture 3						Global reflection
Plan in advance one activity for appreciating something beautiful						
Beauty Portfolio						
Share at least one AB experience in the forum						
Journal	Beauty Awareness	Journal	Beauty Awareness	Journal	Beauty Awareness	Journal

### **3.2.3. Measures**

#### **3.2.3.1. Measures related to the main goal**

*Appreciation of Beauty and Excellence Scale (Escala de apreciación de la belleza y la excelencia, EABE).* We used the Appreciation of Beauty subscale to measure the main goal of the study, i.e., an increase in appreciation of beauty. Additionally, we assessed the other two factors, i.e., moral excellence and non-moral excellence, to explore possible side-effects of the intervention on appreciation of beauty. Each scale has 3 items. Psychometric properties of the scales are explained in Chapter 3 of this thesis. Internal consistencies in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .702, .728, and .810 for beauty, .772, .746, and .826 for moral excellence, and .701, .713, and .777 for non-moral excellence, respectively.

#### **3.2.3.2. Measures related to the specific goals**

In order to assess the specific goals of the intervention, we developed a series of measures. Two of these measures were evaluated twice (with a difference of 3 weeks) in a small sample of psychology students before the intervention ( $n = 21$ ), in order to assess their temporal stability. A description of these measures follows.

*Awareness of beauty in one's own world.* Participants were requested to report the number of beautiful things perceived in the last three days. We decided to include this measure in the second study.

*Awareness of the ways beauty affects us: emotions, thoughts, behaviors, and motivations.* We created a 7 point-Likert scale (7 = Strongly agree, 1 = Strongly disagree) where respondents indicated their agreement or disagreement with 3 items: (1) I have noticed how beauty affects my emotions, thoughts, or behavior. (2) I have been aware of the thoughts, emotions or behavior that beauty produces in me. (3) I have been aware of the influence beauty has on my behaviors, thoughts or emotions. The score was computed as the average of the 3 items. Test-retest over a 3-week period was  $r = .69$ . Internal consistencies in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .806, .894, and .918, respectively.

*Aesthetic attitude of beauty.* We created a 7 point-Likert scale (7 = Strongly agree, 1 = Strongly disagree) where respondents indicated their agreement or disagreement with 3 items: (1) I have noticed the beauty of apparently mundane things. (2) My attention has been completely absorbed by beautiful things. (3) I have contemplated beautiful things letting myself go, without analysing them. The score was computed as the average of the 3 items. Test-retest over a 3-week period

was  $r = .77$ . Internal consistencies in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .563, .786, and .796, respectively.

*Behaviors of exposition to beauty.* Respondents were requested to answer two questions: (1) Have you done something specific to appreciate beauty in the last week? Please, list all you have done, and (2) Have you changed something in your surroundings (your home or your work place) to make them more beautiful in the last week? Please, list all you have done. Each question was scored adding up the number of things listed. If the answer was “No”, the score was set to 0. The final score was computed as the average score of both answers. Internal consistencies in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .487, .486, and .616, respectively.

#### **3.2.3.4. Measures related to the general outcomes**

*The Scale of Positive and Negative Experience (SPANE, Diener et al., 2010).* A Spanish version was developed for this study using back-translation with native English speakers who were bilingual English-Spanish. It measures subjective feelings of well-being and ill-being. This 12-item 5-point Likert scale produces a score for positive feelings (6 items), a score for negative feelings (6 items), and the two can be combined to create a balance score, which converges greatly with measures of well-being, such as Satisfaction with Life Scale (Diener et al., 1985), Subjective Happiness Scale (Lyubomirsky & Lepper, 1999) and the Fordyce Happiness Scale (1988). The scale assesses with a few items a broad range of negative and positive experiences and feelings, not just those of a certain type, and is based on the amount of time the feelings were experienced during the last weeks. The authors reported a Cronbach's alpha of .87, .81, .89 for the positive, negative and balance scales respectively, and a temporal stability (one month) of .62, .63, and .68, respectively. Internal consistencies in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .902, .893 and .892 for positive feelings, and .877, .852, and .846 for negative feelings, respectively.

*State Hope Scale (Snyder et al., 1996).* A Spanish version was developed for this study using back-translation with native English speakers who were bilingual English-Spanish. The 6-item State Hope Scale is an 8-point Likert scale internally consistent, which reflects the theorized agency and pathways components of hope. The authors reported internal consistencies for the three agency items ranged from .83 to .95, and for the three pathways items ranged from .74 to .93. Test-retest (one month) ranged from .48 to .93. In the present study we used the total score by putting the two subscales (agency and pathways) together. Internal consistencies of the whole scale in the present study in the pre-test, post-test and follow-up were .900, .898, and .923, respectively.



*The Self-transcendence scale from the Cloninger Temperament and Character Inventory (TCI, Cloninger, Przybeck, Svrakic, & Wetzel, 1994).* We assessed the Creative self-forgetfulness (10 items) and Transpersonal identification (8 items) subscales and added up their scores in a total score of self-transcendence (18 items). We decided to use these two scales because they are the two scales mostly related to appreciation of beauty. We used the validated Spanish version of the Revised TCI (Gutiérrez *et al.*, 2004). The scale uses a 5-point Likert scale. Studies have reported an internal consistency coefficient of .84 (Gutiérrez *et al.*, 2004) and test-retest coefficients ranging from .75 to .83 over a 6-month interval (Cloninger *et al.*, 1994) of the self-transcendence scale, comprising the three original subscales (i.e., Creative self-forgetfulness, Transpersonal identification, and Spiritual acceptance). The alphas of the subscales in the previous study (Chapter 3) were .79 for creative self-forgetfulness, and .77 for transpersonal identification. In the present study, alphas for the self-transcendence scale in the pre-test, post-test and follow-up were .87, .88, and .91, respectively.

#### **3.2.4. Supplementary information about the intervention**

We asked participants if they had done the exercises every day for the daily exercises that could not be registered (i.e., the Beauty Awareness Exercise) and at the end of the week for those exercises that had to be done over the week (the Beauty Portfolio, to put one beautiful thing in the environment, and to plan one activity). Also, we asked participants to rate, at the end of each week, the degree of difficulty of the exercises done that week, using a 10-point Likert scale from Very easy (0) to Very difficult (10). We also asked them to which degree they liked the exercise in a 10-point Likert scale from Not at all (0) to Very much (10). We further provided space for participants to add any comment they wished regarding the exercises. Furthermore, in the last exercise before the post-test measure, the Global reflection exercise, participants were requested to describe their impression of the intervention, what provided a source of qualitative information regarding the effects of the intervention. Moreover, in the follow-up one month after the end of the intervention, participants were asked if they had continued doing some of the exercises since they finished the intervention, to test if possible long term effects of the intervention were mediated by the fact that participants had continued doing the exercises beyond the end of the intervention. Finally, we asked participants at the end of the intervention if something important and unusual had happened during the intervention that could have influenced their mood, either positively or negatively.

### 3.3. Results

#### 3.3.1. Data screening and preliminary analyses

Data were reviewed before performing the analysis. No data was missing, since the online survey asked participants to fill any missing data before submitting their answers. After the exploratory analysis, we checked that the three groups were equivalent in all the variables before the intervention. For this purpose we performed a series of  $\chi^2$  test for the qualitative variables, and a One-Way ANOVA for the quantitative variables with *condition* (beauty condition, placebo condition and wait list condition) as the factor. The three conditions were equivalent in all variables except in appreciation of beauty ( $F(2, 149) = 3.31, p = .039$ ) and appreciation of non-moral excellence ( $F(2, 149) = 3.23, p = .042$ ). Pairwise comparisons using a Bonferroni correction test showed that the beauty condition scored higher in appreciation of beauty than the placebo condition ( $p = .035$ ;  $M$  beauty = 5.8,  $SD = .82$ ;  $M$  placebo = 5.32,  $SD = .99$ , Cohen's  $d = 0.52$ ), and that the wait list condition scored higher in appreciation of non-moral excellence than the placebo condition ( $p = .037$ ;  $M$  wait list = 5.73,  $SD = .93$ ;  $M$  placebo = 5.29,  $SD = .86$ , Cohen's  $d = 0.49$ ). Therefore, we included these two variables as covariates in subsequent analyses.

#### 3.3.2. Assessment of the intervention's effects

We performed a series of 3 x 3 repeated measures analyses of covariance, with time as the within-subjects factor (pre-test, post-test and follow-up measure), condition as the between-subjects factor (beauty condition, placebo condition and wait list condition), and two covariates: (1) baseline of appreciation of beauty and (2) baseline of appreciation of non-moral excellence. When analyzing the effects of the intervention on both appreciation of beauty and appreciation of non-moral excellence, we included the corresponding baseline variable to assess the change from the pre-test to the post-test. Therefore, in these cases, we only included one of the covariates in the analyses: (1) baseline of appreciation of beauty, when assessing the effects of the intervention on appreciation of non-moral excellence, and (2) baseline of appreciation of non-moral excellence, when assessing the effects of the intervention on appreciation of beauty. The assumptions of normality, homogeneity of error variances, sphericity and homogeneity of regression slopes were checked. Although some assumptions were not fulfilled in some cases, if we consider all the assumptions in general and the fact that specific corrections were performed, our opinion is that the analyses could be performed and interpreted adequately. We used an alpha level of .05 for all statistical tests.

### 3.3.2.1. Main goal

#### *Appreciation of beauty*

Table 16 shows the descriptive statistics of *appreciation of beauty* in the pre-test, post-test and follow-up measures for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance.

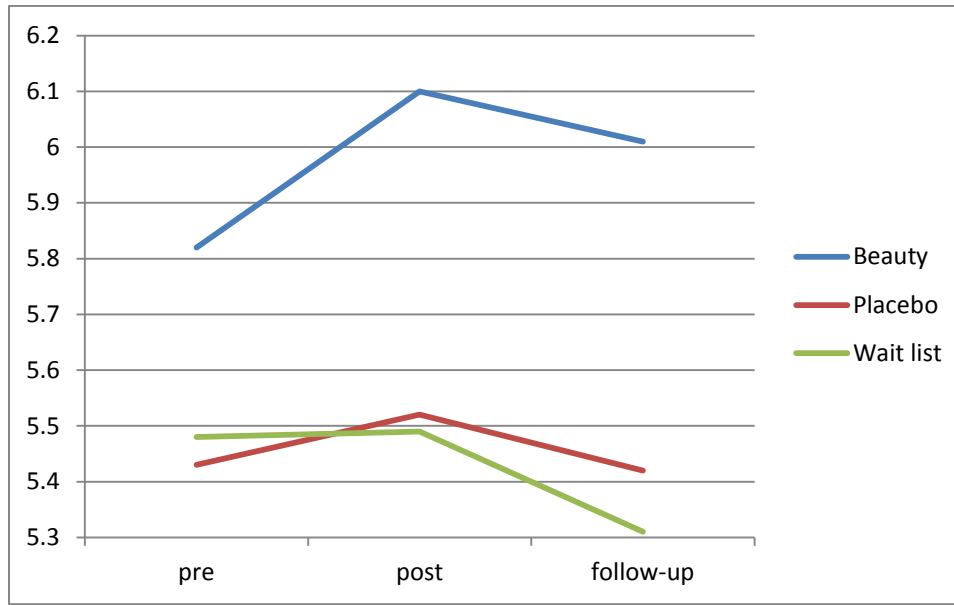
*Table 16. Mean and standard deviation of appreciation of beauty in the pre-test, post-test and follow-up measure in the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	5.80	0.82	6.09	0.68	5.99	0.79	5.96	0.76	5.82	0.79	6.10	0.81	6.01	1.02	5.98	0.76
P	5.32	0.99	5.44	0.97	5.35	1.26	5.37	1.07	5.43	0.80	5.52	0.82	5.42	1.02	5.46	0.77
E	5.59	0.88	5.56	0.88	5.38	0.99	5.51	0.92	5.48	0.81	5.49	0.82	5.31	1.02	5.43	0.77
Tot	5.56	0.92	5.68	0.90	5.55	1.08			5.58	0.80	5.70	0.82	5.58	1.02		

With respect to the effects of the intervention, there was not a significant effect of the *interaction* on the levels of appreciation of beauty,  $F(3.61, 263.5) = 1.44$ ,  $p = .224$ ,  $\eta_p^2 = .019$ ,  $power = .422$ . However, the effect size of the interaction, although small, indicates that there was an effect that was not detected with current power, and indeed the multiple comparisons indicated that only the beauty group increased appreciation of beauty from the pre-test to post-test moderately ( $p = .041$ ,  $d = .49$ ), whereas this change did not occur in the other two conditions (placebo:  $p = 1$ ,  $d = .15$ ; wait list:  $p = 1$ ,  $d = 0.01$ ) (see Figure 2). In addition, multiple comparisons also indicated that although the beauty condition did not score significantly higher than the other conditions in the pre-test ( $p = .06$ ), it did so in the post-test (difference with placebo:  $p = .003$ ,  $d = .71$ , with wait-list group:  $p = .001$ ,  $d = .75$ ) and at the follow-up (difference with placebo:  $p = .017$ ,  $d = .58$ , with waiting list:  $p = .003$ ,  $d = 0.69$ ), while both groups showed no difference between them. Moreover, the effect of *time*  $F(1.8, 263.5) = 4.22$ ,  $p = .019$ ,  $\eta_p^2 = 0.028$ ,  $power = .706$ ) and *condition*  $F(2, 146) = 7.51$ ,  $p = .001$ ,  $\eta_p^2 = .093$ ,  $power = .94$ ) were statistically significant. Concerning the effect of *time*, although the main effect was significant, any of the multiple comparison was significant, although it seems that scores were, on average, higher in the post-test than in the follow-up ( $p = 0.075$ ). In relation to the *condition*, the beauty group scored higher than the placebo ( $p = .004$ ,  $d = 0.70$ ) and the waiting list ( $p = .002$ ,  $d = 0.72$ ), possibly because the group beauty scored slightly higher in the pre-test and, also, increased its level of

appreciation of beauty in the post-test, and remained relatively stable in the follow-up, it since decreased only slightly, keeping a higher score than the two comparison conditions in the three measurement times.

Figure 2. Appreciation of beauty scores in pre-test, post-test and follow-up for the three conditions



#### Appreciation of moral excellence

Table 17 shows the descriptive statistics of *appreciation of moral excellence* in the pre-test, post-test and follow-up measures for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. The effect of the interaction *time x condition* was not statistically significant. However, there was a significant effect of *time* on levels of *appreciation of moral excellence*,  $F(1.82, 253.36) = 8.46$ ,  $p = .001$ ,  $\eta_p^2 = .055$ ,  $power = .95$ . Scores were higher in the pre-test than in the follow-up ( $p = .04$ ,  $M$  pre-test = 6.16,  $SD = 0.69$ ;  $M$  follow-up = 5.99,  $SD = 0.86$ , Cohen's  $d = 0.22$ ). There was also a significant effect of *condition*,  $F(2, 145) = 3.58$ ,  $p = .03$ ,  $\eta_p^2 = .047$ ,  $power = .66$ . Multiple comparisons revealed that the beauty condition scored higher than the wait list condition ( $p = .033$ ,  $d = .59$ ).

Table 17. Mean and standard deviation of appreciation of moral excellence in the pre-test, post-test and follow-up measures in the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	6.30	0.57	6.48	0.58	6.31	0.66	6.36	0.60	6.23	0.69	6.47	0.63	6.27	0.87	6.32	0.46
P	6.06	0.70	6.08	0.71	5.80	1.04	5.98	0.82	6.18	0.69	6.13	0.63	5.87	0.86	6.06	0.68
E	6.11	0.95	6.11	0.58	5.86	0.84	6.03	0.79	6.07	0.69	6.09	0.63	5.83	0.86	6.00	0.62
Tot	6.15	0.78	6.21	0.66	5.97	0.90			6.16	0.69	6.23	0.62	5.99	0.86		

#### Appreciation of non-moral excellence

Table 18 shows the descriptive statistics of *appreciation of non-moral excellence* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. Regarding the effects of the intervention on appreciation of non-moral excellence, we did not observe any significant effect.

Table 18. Mean and standard deviation of appreciation of non-moral excellence in the pre-test, post-test and follow-up measure in the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	5.48	0.88	5.66	0.83	5.57	1.09	5.57	0.93	5.36	0.79	5.58	0.94	5.47	0.96	5.47	0.75
P	5.29	0.86	5.43	1.07	5.50	1.02	5.41	0.98	5.41	0.79	5.52	0.94	5.60	0.97	5.51	0.74
E	5.73	0.93	5.63	0.98	5.51	0.97	5.62	0.96	5.72	0.79	5.62	0.93	5.50	0.96	5.61	0.73
Tot	5.51	0.91	5.57	0.98	5.53	1.02			5.50	0.78	5.57	0.93	5.52	0.96		

### 3.3.2.2. Specific goals

#### *Awareness of beauty in one's own world*

We decided to include this variable in the second study. This variable, therefore, was calculated only with the participants of that study. The sample size was 58 (beauty condition  $n = 18$ , placebo  $n = 23$ , wait list  $n = 17$ ). A One-Way ANOVA with *condition* (beauty condition, placebo condition and wait list condition) as the factor was performed to test differences in the baseline levels of all dependent variables in this sample. The three conditions were equivalent in all variables except in aesthetic attitude ( $F(2, 57) = 3.45, p = .039$ ). Pairwise comparisons using a Bonferroni correction test showed that the beauty condition seemed to score higher in aesthetic attitude than the placebo condition although the  $p$  value was not significant ( $p = .068$ ;  $M$  beauty = 5.62,  $SD = 0.83$ ;  $M$  placebo = 4.84,  $SD = 1$ , Cohen's  $d = 0.85$ ). We included, therefore, this variable as covariate in the analysis. Table 19 shows the descriptive statistics of *awareness of beauty in one's own world* (*awareness of beauty*) in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. The effect of the interaction *time x condition* was not significant, although the  $p$  value was not very far from the significance level ( $p = .08$ ). In fact, the effect size of the interaction was medium ( $\eta_p^2 = .074$ ). It is possible, therefore, that with a larger sample the test would have been significant. Although not significant, results were in the expected direction, i.e., the beauty condition scored higher in the post-test than in the pre-test ( $d = .55$ ) while the other two conditions scored lower in the post-test than in the pre-test. Also, the beauty condition scored higher than the other two conditions in the post-test ( $d = .66$ , for the difference with the placebo, and  $d = .73$  for the difference with the wait list condition). Neither the effects of *time* and *condition* were significant.

*Table 19. Means and standard deviations of awareness of beauty in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	6.33	3.44	7.05	3.99	5.05	2.91	6.14	3.45	5.66	3.14	6.75	2.90	4.68	2.60	5.77	2.33
P	5.34	3.35	4.73	2.02	3.30	2.07	4.45	2.48	5.64	3.04	4.87	2.81	4.01	2.52	4.63	2.26
E	6	2.89	4.52	2.18	4.23	2.53	4.92	2.53	6.31	3.04	4.67	2.81	4.65	2.52	5.10	2.25
Tot	5.84	3.23	5.40	2.99	4.12	2.56			5.87	3.04	5.43	2.81	2.52	2.52		

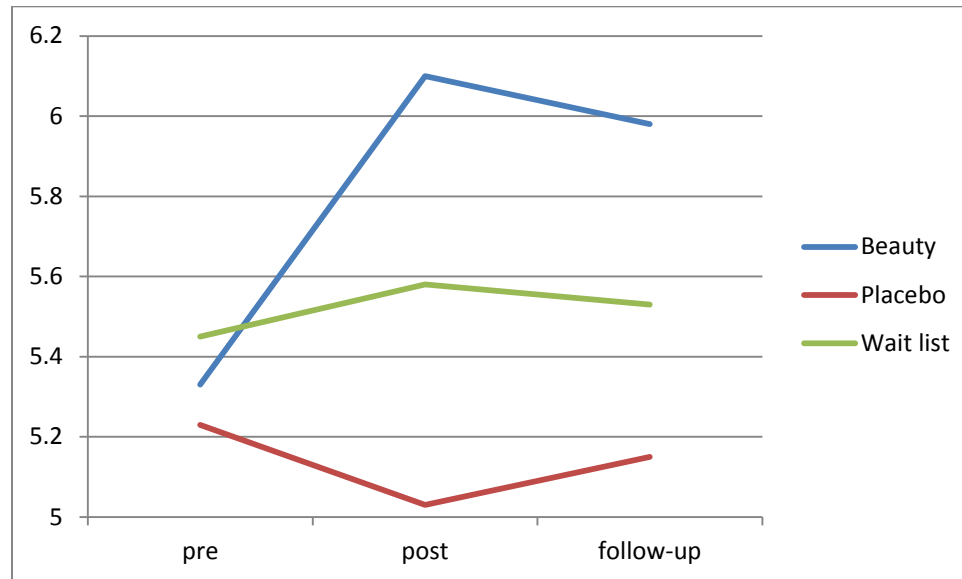
## Awareness of how beauty influences us

Table 20 shows the descriptive statistics of *awareness of how beauty influences us (awareness of influence)* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. There was an effect of the interaction *time x condition*,  $F(3.72, 269.95) = 4.52$ ,  $p = .002$ ,  $\eta_p^2 = .059$ ,  $power = .927$ . Pairwise comparisons with Bonferroni correction showed that beauty condition obtained higher scores on the post-test ( $p < .001$ ,  $d = .71$ ) and at follow up ( $p = .004$ ,  $d = .56$ ) than in the pre-test, while this change was not observed in the other two groups. Furthermore, the beauty condition scored higher than the placebo ( $p < .001$ ,  $d = 1.07$ ) and the wait list ( $p = .037$ ,  $d = .52$ ) conditions in the post-test. Also the wait list condition scored higher than the placebo in the post-test ( $p = .017$ ,  $d = .55$ ). In addition, the beauty condition still scored higher than the placebo at the follow-up ( $p = .001$ ,  $d = 0.40$ ) (see Figure 3). We also observed a significant effect of *condition*,  $F(2, 145) = 8.70$ ,  $p < .001$ ,  $\eta_p^2 = .107$ ,  $power = .967$ . Multiple comparisons revealed that both the beauty ( $p < .001$ ,  $d = 0.85$ ) and the wait list ( $p = .038$ ,  $d = 0.49$ ) condition had higher scores than the placebo, on average. Finally, there was no significant effect on *time*.

Table 20. Means and standard deviations of awareness of influence in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	5.48	1.11	6.20	0.83	6.11	0.71	5.93	0.88	5.33	0.96	6.10	1.00	5.98	1.12	5.80	0.78
P	5.12	1.02	4.92	1.40	5.07	1.44	5.04	1.29	5.23	0.96	5.03	1.00	5.15	1.12	5.14	0.78
E	5.43	1.06	5.59	0.82	5.50	1.16	5.51	1.01	5.45	0.96	5.58	1.00	5.53	1.12	5.52	0.78
Tot	5.34	1.07	5.54	1.17	5.53	1.24			5.34	0.96	5.57	0.99	5.56	1.11		

Figure 3. Awareness of influence scores in pre-test, post-test and follow-up for the three conditions



#### Aesthetic attitude

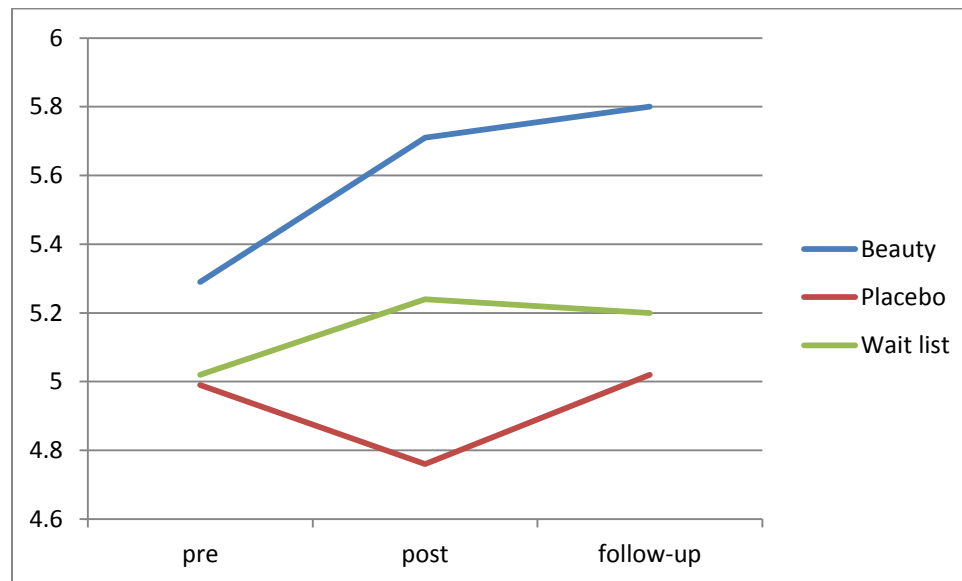
Table 21 shows the descriptive statistics of *aesthetic attitude* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. While the effect of the *condition x time* interaction was not significant, the  $p$  value was not too far from the level of significance ( $F(3.62, 262.44) = 2.24, p = .072, \eta_p^2 = .030, power = .620$ ). Pairwise comparisons with the Bonferroni correction showed that the beauty condition scored higher in the follow up than in the pre-test ( $p = .026, d = 0.41$ ), a change that was not observed in the other two groups, and also higher than the placebo in the post-test ( $p < .001, d = .86$ ), and than the placebo ( $p = .001, d = .77$ ) and wait list ( $p = .014, d = .59$ ) conditions in the follow-up. Furthermore, while the effect of *time* was not significant, we observed a significant effect of the *condition* on aesthetic attitude ( $F(2, 145) = 8.84, p < .001, \eta_p^2 = .109, power = .969$ ). Multiple comparisons revealed that, on average, the beauty condition scored significantly higher than the placebo condition ( $p < .001, d = 0.87$ ) and the wait list condition ( $p = .018, d = 0.58$ ) (see Figure 4).



Table 21. Means and standard deviations of aesthetic attitude in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	5.38	1.15	5.83	1.00	5.93	0.79	5.71	0.98	5.29	1.00	5.71	1.10	5.80	1.01	5.60	0.78
P	4.87	0.95	4.65	1.37	4.91	1.36	4.81	1.23	4.99	1.00	4.76	1.10	5.02	1.01	4.92	0.78
E	5.04	1.07	5.23	1.03	5.20	0.98	5.16	1.03	5.02	1.00	5.24	1.09	5.20	1.01	5.15	0.78
Tot	5.09	1.07	5.21	1.24	5.31	1.16			5.10	0.99	5.24	1.09	5.34	1.00		

Figure 4. Aesthetic attitude scores in pre-test, post-test and follow-up for the three conditions



#### Behaviours of exposure to beauty

Table 22 shows the descriptive statistics of *behaviours of exposure to beauty* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. The *condition x time* interaction was not significant ( $F(4, 290) = 1.93, p = .105, \eta_p^2 = 0.026, power = .580$ ), although when we observed the multiple comparisons, the beauty condition seemed to score higher than the placebo in the post-test ( $p = .001, d = .74$ ). There was, however, a significant effect of *condition* ( $F(2, 145) = 3.51, p = .033, \eta_p^2 = 0.046, power = .647$ ) and multiple comparisons revealed that the beauty condition scored significantly

higher than the placebo condition ( $p = .029$ ,  $d = 0.82$ ). Finally, the effect of *time* was not significant.

*Table 22. Means and standard deviations of behaviours of exposure to beauty in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	2.47	1.17	2.40	1.22	1.75	1.40	2.21	1.26	2.42	1.29	2.41	1.14	1.75	1.28	2.19	0.60
P	1.96	1.39	1.50	1.07	1.36	1.32	1.61	1.26	2.06	1.28	1.56	1.14	1.44	1.28	1.69	0.62
E	2.41	1.30	1.99	1.13	1.34	1.14	1.91	1.19	2.37	1.28	1.93	1.14	1.28	1.28	1.86	0.52
Tot	2.28	1.32	1.94	1.19	1.47	1.29			2.28	1.27	1.97	1.13	1.49	1.27		

### 3.3.2.3. General outcomes

#### *Hope*

Table 23 shows the descriptive statistics of *hope* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. There were no significant effects of the interaction *condition x time*, nor of *time* or *condition* separately. However, the three conditions increased their level of hope from the pre-test to the post-test, especially the beauty and the placebo conditions (beauty:  $d = .47$ , placebo:  $d = .41$ ), although only the placebo continued increasing it in the follow-up. Nevertheless, the effect was greater in the beauty condition, which actually scored higher than the wait list condition in the post-test ( $d = .46$ ).

*Table 23. Means and standard deviations of hope in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	5.89	1.20	6.39	0.82	6.18	1.06	6.15	1.03	5.86	1.38	6.34	1.15	6.16	1.25	6.12	1.12
P	5.66	1.46	6.04	1.36	6.16	1.33	5.95	1.38	5.73	1.38	6.12	1.15	6.24	1.24	6.02	1.12
E	5.66	1.40	5.84	1.17	5.80	1.28	5.77	1.28	5.63	1.38	5.81	1.15	5.76	1.24	5.73	1.12
Tot	5.73	1.37	6.07	1.17	6.04	1.25			5.74	1.37	6.09	1.14	6.05	1.24		

### *Self-transcendence*

Table 24 shows the descriptive statistics of *self-transcendence* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. No significant effects were observed, although the results were in the expected direction. In fact, the multiple comparisons indicated that only the beauty condition significantly increased its scores from pre-test to the post-test ( $p = .016$ ,  $d = .41$ ) and from the pre-test to the follow-up ( $p = .004$ ,  $d = .48$ ). Furthermore, the beauty group scored higher than the placebo ( $d = .45$ ) and the wait list ( $d = .41$ ) in the post-test, and in the follow-up (difference with placebo,  $d = .36$ ; difference with wait list,  $d = .43$ )

*Table 24. Means and standard deviations of self-transcendence in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	3.36	0.55	3.53	0.49	3.59	0.62	3.49	0.55	3.31	0.56	3.48	0.56	3.54	0.66	3.44	1.11
P	3.05	0.70	3.16	0.64	3.22	0.73	3.14	0.69	3.14	0.56	3.23	0.56	3.30	0.66	3.22	1.01
E	3.24	0.63	3.29	0.66	3.29	0.70	3.27	0.66	3.20	0.56	3.25	0.56	3.26	0.65	3.24	0.98
Tot	3.21	0.64	3.31	0.62	3.35	0.70			3.21	0.56	3.32	0.55	3.37	0.65		

### *Subjective feelings of well-being*

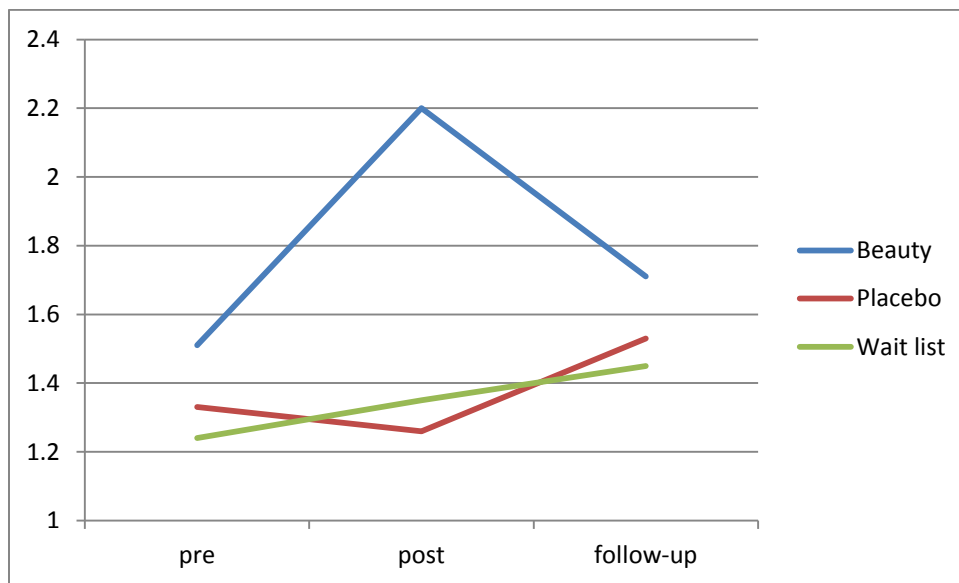
Table 25 shows the descriptive statistics of the *subjective feelings of well-being* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance.

Table 25. Means and standard deviations of subjective feelings of well-being in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	1.55	1.32	2.19	0.92	1.68	1.20	1.81	1.15	1.51	1.35	2.20	1.07	1.71	1.22	1.81	0.99
P	1.27	1.26	1.24	1.14	1.53	1.32	1.35	1.24	1.33	1.34	1.26	1.07	1.53	1.22	1.38	0.99
E	1.25	1.40	1.36	1.03	1.45	1.04	1.35	1.16	1.24	1.34	1.35	1.07	1.45	1.21	1.35	0.99
Tot	1.35	1.33	1.56	1.12	1.55	1.19			1.36	1.33	1.60	1.05	1.56	1.20		

There was a significant effect of the interaction *condition x time* ( $F(4, 290) = 3.19, p = .014, \eta_p^2 = .042, power = .821$ ). Pairwise comparisons with Bonferroni correction showed that the beauty condition increased its score from the pre-test to the post-test ( $p < .001, d = .58$ ) and decreased from the post-test to the follow-up ( $p = .027, d = .43$ ), a change that was not observed in the other two groups. The beauty condition also scored higher on the post-test than the placebo condition ( $p < .001, d = .88$ ) and the wait list condition ( $p = .001, d = .79$ ). The effects of *time* and *condition* were not statistically significant (see Figure 5).

Figure 5. Subjective feelings of well-being scores in pre-test, post-test and follow-up for the three conditions.



To further examine the post-test improvement of the balance between positive and negative subjective feelings by the participants in the beauty condition, we evaluated the effects of the intervention on positive and negative subjective feelings separately.

Table 26 shows the descriptive statistics of *positive subjective feelings* in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. The *condition x time* interaction was not significant ( $F(4, 290) = 1.83, p = .122, \eta_p^2 = .025, power = .555$ ), although the results were in the expected direction. Multiple comparisons showed an increase from the pre-test to the post-test only in the beauty group with an effect size between small and moderate ( $p = 0.06, d = 0.33$ ). Moreover, this group scored higher than the placebo condition ( $p = .003, d = .70$ ) and wait list condition ( $p = .01, d = .61$ ) in the post-test, and the effect size was moderate to large. Furthermore, there was a significant effect of *time* ( $F(2, 290) = 4.85, p = .008, \eta_p^2 = 0.032, power = .798$ ) although the  $p$  values of the pairwise comparisons were not significant and, indeed, there was not a clear trend of the groups to increase or decrease their scores along the intervention. Finally, the effect of *condition* was not significant.

Table 26. Means and standard deviations of positive subjective feelings in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.

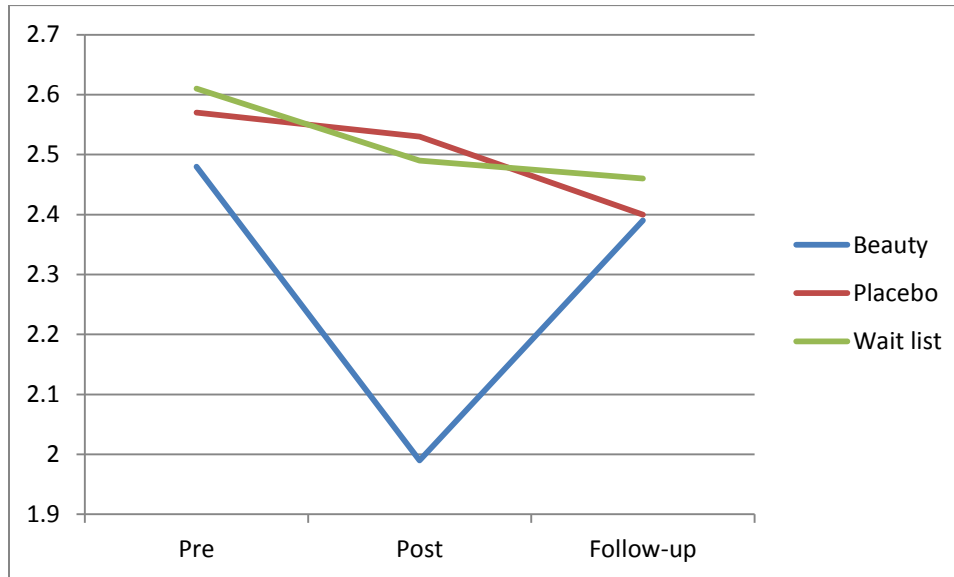
	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	4.01	0.62	4.18	0.45	4.08	0.55	4.09	0.54	3.98	0.64	4.18	0.56	4.10	0.62	4.09	0.50
P	3.86	0.58	3.76	0.64	3.93	0.65	3.85	0.62	3.90	0.64	3.79	0.56	3.94	0.62	3.88	0.50
E	3.86	0.70	3.85	0.51	3.90	0.59	3.87	0.60	3.85	0.64	3.84	0.56	3.90	0.62	3.87	0.50
Tot	3.91	0.64	3.92	0.57	3.97	0.61			3.91	0.64	3.94	0.55	3.98	0.61		

Table 27 shows the descriptive statistics of *negative subjective feelings* in the pre-test, post-test and follow-up measures for the three conditions, as well as the adjusted values used in the analysis of covariance. There was a significant effect of the *condition x time* interaction ( $F(4, 290) = 3.29, p = .012, \eta_p^2 = 0.043, power = .836$ ). Pairwise comparisons with Bonferroni correction showed that the beauty condition score decreased significantly from the pre-test to the post-test ( $p < .001, d = .67$ ), and increased again in the follow-up ( $p = .002, d = .52$ ). The beauty condition also scored significantly lower in the post-test than the placebo condition ( $p < .001, d = .81$ ) and the wait list ( $p = .001, d = 0.75$ ). No significant effects were observed neither in *time* nor in *condition* (see Figure 6).

*Table 27. Means and standard deviations of negative subjective feelings in the pre-test, post-test and follow-up measure for the three conditions, and the adjusted values used in the ANCOVA.*

	Descriptive statistics								Adjusted values							
	Pre-test		Post-test		Follow-up		Total		Pre-test		Post-test		Follow-up		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
B	2.46	0.79	1.99	0.59	2.39	0.74	2.28	0.71	2.48	0.84	1.99	0.67	2.39	0.74	2.28	0.60
P	2.58	0.85	2.52	0.64	2.40	0.79	2.50	0.76	2.57	0.84	2.53	0.67	2.40	0.74	2.50	0.60
E	2.60	0.82	2.48	0.70	2.44	0.62	2.51	0.71	2.61	0.84	2.49	0.67	2.46	0.74	2.52	0.60
Tot	2.56	0.83	2.36	0.69	2.42	0.72			2.55	0.83	2.33	0.66	2.42	0.73		

*Figure 6. Negative subjective feelings of well-being scores in pre-test, post-test and follow-up for the three conditions.*



### **3.3.3. Information regarding the exercises**

We computed the relationship between the degree of difficulty of the exercises, how much participants liked them, and the adherence to the exercises. We observed that, in general, participants liked more the exercises that were easier, and that adherence was higher to the exercises that participants liked the most. This information can be useful when selecting exercises for future interventions. For example, the beauty portfolio is one of the exercises that participants liked the most, which was considered relatively easy and had greater adherence.

Similarly, participants seemed to like less, and presented less adherence to, the forum. According to the comments of some of the participants, if this exercise is going to be used in the future, we believe it would be convenient to present it as a voluntary exercise. Finally, when we asked participants in the follow-up if they had continued doing the exercises, all responded negatively.

Regarding comments on the effects of the intervention and the global reflection, participants reported that the intervention helped them to increase their attention to objects and people around them, to find beauty in them, to value them more, to expand the range of objects and situations in which they perceive beauty, to be more aware of the emotions caused by beauty, and to pay more attention to a beautiful stimulus when it was perceived. Furthermore, they deepened their knowledge about the things that are particularly beautiful for them and that increase their well-being. In general, participants noted an increase in their well-being, and also a better disposition towards the others. Emotions like happiness, joy, tranquility, peace and gratitude were experienced frequently. Also, feelings of harmony and balance with our surroundings were recurrent. Some participants reported that after the intervention they had a more positive outlook on life, which made them feel more hopeful and cope better with adversity. Almost all participants considered beauty an emotion related to happiness, joy, peace, tranquility, admiration, fulfillment and appreciation. Many of them related appreciation of beauty to spiritual development. They also considered that appreciation of beauty enriched their inner world and somehow transformed them. Many participants described a feeling of connection with the object appreciated.

### **3.4. Conclusion**

Peterson and Seligman (2004) draw attention to the fact that, despite institutions such as museums promote the appreciation of beauty, they may not develop this strength because they focus more on the object rather than on how to appreciate it. For this reason, the authors suggested that people should be more exposed to beauty, but without imposing a particular model, just letting that experience to take its own course. Also according to Ferrucci (2008), to appreciate beauty people do not need to be prepared or educated, the important matter is to be free in expressing one's own judgment and let go of social conditioning.

Taking these arguments as a starting point, the approach of this intervention was to help people to refine that innate sense of appreciation and facilitate the conditions that increase the chances of appreciating beauty without, setting a particular canon.

Regarding the main objective of the intervention, results were not statistically significant, but there was a moderate increase in the experimental group in the levels of appreciation for beauty, a change that did not occur in the comparison conditions. In addition, the beauty condition scored higher than the other two conditions in the post-test and in the follow-up, with effect sizes from moderate to large. We cannot claim with a high degree of confidence that these differences were due to the intervention rather than to chance. However, these differences may be relevant given the observed effects sizes, suggesting that with a larger sample it would have

been possible to obtain a significant interaction. Furthermore, these differences may also be important considering that the development of appreciation of beauty is a new area of research and the present study is the first of its kind. We believe that further research should be carried out in this line, and that improved studies with larger samples may obtain better results. According to our predictions, there were not statistically significant changes in the dimensions of excellence, but there was an effect on the appreciation of moral excellence similar to that observed in appreciation of beauty, but with a smaller effect size, possibly due to an effect of generalization, that was not observed in non-moral excellence.

In relation to the specific objectives of the study, i.e., those that were established to guide the steps of the intervention in order to increase appreciation of beauty, the hypotheses were partly met. The intervention had a statistically significant effect on the awareness of how beauty affects us, and a close to significant effect in awareness of the presence of beauty and aesthetic attitude. In general, except for the behaviors of exposure to beauty, the results were in the expected direction. The beauty condition scored higher on these variables in the post-test than in the pre-test and higher than the other two conditions after the intervention. Some of these differences were maintained or continued to grow in the follow-up. The observed effect sizes were from moderate to large.

In relation to the effects of the intervention on the variables related to well-being, we did not have a statistically significant effect on self-transcendence, nor on hope, although results were in the expected direction. However, there was a statistically significant effect on the subjective feelings of well-being. In relation to self-transcendence, the beauty condition experienced an increase, from small to moderate, from the pre-test to the follow-up. In fact, the beauty condition scored higher than the two comparison conditions in both the post-test and the follow-up, with moderate effect sizes. Similarly to the case of the aesthetic attitude, the intervention may have had an effect on self-transcendence that would be visible in the long term, which is consistent with the fact that self-transcendence is a very stable characteristic. Therefore, in order to obtain visible results longer interventions may be necessary, with follow-up assessments in the longer term. To this end, the observed moderate effect on the beauty condition may be relevant. In relation to hope, although there was not a significant effect, the three conditions, especially the beauty condition and the placebo one, increased their levels of hope from the pre-test to the post-test, perhaps because of the expectations created by the participation in a positive psychological intervention. It is also possible that the placebo condition increased hope by focusing on positive aspects of relations with others. This effect was slightly stronger in the beauty condition, which actually scored moderately higher than the wait list condition in the post-test, what could suggest that at least part of the increase was due to the intervention of beauty. However, since both the experimental condition and the placebo group increased their score and there is no difference between them, there is no assurance that this increase was due to the intervention of appreciation of beauty.

Finally, there was a statistically significant effect of the intervention on the subjective feelings of well-being. There was a significant increase only in the beauty condition from the



pre-test to the post-test (moderate effect size), which also scored higher than the two comparison conditions in the post-test (large effect size), although this effect was not maintained in the follow-up a month later. When comparing the effects on subjective well-being observed in our study with those found in other studies of positive interventions, if we use as a reference the meta-analysis published by Sin, Lyubomirsky and Rashid (2009), which includes quasi-experimental studies and research on mindfulness and life review interventions, the effects observed in our study are roughly similar to the average effect reported by these authors ( $d = .61$ ). However, if we consider the meta-analysis by Bolier *et al.* (2013), which only includes adequately controlled studies and excludes research on mindfulness and life review, the effects observed in our study are well above the average effect indicated in this meta-analysis ( $d = .34$ ).

With regard to the short-term effects observed on the subjective feelings of well-being, those are similar to the results of other positive interventions of comparable duration (e.g., Martínez-Martí *et al.*, 2010), and suggest that for long-term effects it is likely that longer interventions be needed, in order to generate a habit, as other authors have pointed out (Sin *et al.*, 2009). In fact, in the study by Seligman *et al.* (2005) on one-week positive interventions, where long-term effects on happiness and depression were found, these effects were mediated by the fact that participants had continued doing the exercise after the intervention was over.

To summarize, the training had a significant effect on the awareness of how beauty influences our emotions, thoughts, and behaviors, and on the feelings of subjective well-being of the participants. In addition, moderate to large effects were observed in the expected directions that, although not significant, may be relevant in appreciation of beauty, awareness of the beauty in the world, aesthetic attitude, hope and self-transcendence. Appreciation of beauty, therefore, is not only interesting in itself as character strength, but it also has a positive impact on well-being.

This study had several limitations. The intervention was quite brief. On the one hand, this presented certain advantages, such as less fatigue, and prevented some people to drop off. On the other hand, however, it is possible that a longer intervention would have been more effective in significantly affecting appreciation of beauty. Still, it was good enough to significantly improve the subjective feelings of well-being. Moreover, the intervention may have been quite intensive, which may have caused some participants to perceive it as overly demanding, requiring much more time than what they were willing to invest, which could have had an unintended negative effect. Future studies should adopt a less intensive schedule of exercise.

Another limitation is the online format of the intervention. This format may produce fewer effects, compared to interventions that include a face-to-face relationship with the psychologist. Future interventions should, therefore, focus on a more personal training, and perhaps they could leverage certain beautiful environments, (e.g., natural, urban or artistic scenarios) to produce more powerful effects.

In relation to the measures employed in the study, the psychometric properties of some of the measures of the specific objectives had not been previously studied. Furthermore, the

instruments used to evaluate both self-transcendence and appreciation of beauty measured traits; we cannot speculate on the results if they had been measures of states.

The sample size was smaller than it probably would have been required for the observed effects to be statistically significant: ideally, future interventions should evaluate larger samples. One of our design goals was to recruit volunteer participants from the general population, in order to target exactly those people who may benefit from this type of interventions in the future. Nevertheless, we had to provide compensation, in order to attract more participants. In this study we offered a course on techniques to improve well-being, that was given through the same online platform used for the intervention. We believe this type of compensation was adequate, because most people interested in the intervention, would also be interested in improving their well-being. Nevertheless, it is necessary to pay more attention to the specific factors that make people adhere to an intervention.

Regarding the adherence to the intervention, a problem was a drop-off rate of 23.5%. Study drop-off by participants is a fairly common problem, as can be seen in the meta-analysis by Bolier *et al.* (2013), where drop-off rates up to 75% are reported, or in the study by Mongrain and Shapira (2010). Regarding the participants who did not complete the intervention, there was no difference between the beauty and placebo groups, although in both conditions the proportion of people leaving was greater than in the wait list condition. This is logical because in the latter participants do not had to do any work except answer some questions, which meant less effort than participation in the beauty and placebo conditions. We believe future studies should focus on investigating the factors that influence participant's adherence to the intervention. For example, it has been observed a strong relationship between preference for an exercise and adherence (Schueller, 2010). For this reason, we evaluated the relationship between the degree of difficulty of each exercise, how much participants liked them, and their adherence. We found that participants liked more the exercises that were easier and adherence was higher to exercises that participants liked the most. This information is useful for designing future interventions in appreciation of beauty, in order to select those exercises that have greater adherence, which will surely affect their effectiveness.

Finally, another limitation is the degree of representation of the population of the sample and the ability of our study to generalize its results. Using an online platform, we managed to facilitate access to the intervention and achieved a more representative sample than the samples consisting exclusively of college students, so common in psychological research. However, we cannot generalize our results to the entire population and, therefore, future studies should include larger and more diverse samples, ultimately, more representative of the population.

Regarding the strengths of the present study, it represents, to the best of our knowledge, the second existing intervention on appreciation of beauty, and the first one to use a randomized control trial, which allows inferences about causality. Our results, therefore, provide for the first time evidence of the possible causal relationship between appreciation of beauty and well-being. However, since there has been no experimental control over many variables, there could be other explanations that are consistent with our results. Another positive aspect is the inclusion of two

comparison groups, one placebo and a wait list condition to help better understand the effects of the intervention. Furthermore, the use of an online platform is a novel design choice that may facilitate the realization of large-scale interventions and, in fact, allowed the participation of people from different places around the world. Using videotaped sessions, the online platform also facilitates the replication of the study and ensures that the whole procedure can be repeated exactly in the same way and with only little effort. In short, this study represents the first intervention in appreciation of beauty using a randomized controlled trial and provides a basis for further research of future interventions to develop this strength and increase the well-being of individuals.

## 4. Main conclusions

Beauty and excellence have been subject of reflection since ancient times. However, the ability of people to appreciate them, has only recently begun to be considered an object of study by psychology. With the emergence of positive psychology and, in particular, of research on virtues and character strengths, appreciation of beauty and excellence has been established as one of the twenty-four strengths proposed by Peterson and Seligman (2004). ABE belongs to the virtue of transcendence because it allows individuals to connect with a broader entity, providing meaning to life. Peterson and Seligman (2004) defined this strength as the ability to perceive and appreciate beauty and excellence in the physical and social worlds, which implies experiencing self-transcending emotions. Arguing about beauty and excellence, the authors differentiated three types of objects of appreciation: (1) the beauty of the physical environment, including music, (2) virtues and goodness, and (3) skills and talents.

However, since Peterson and Seligman (2004) proposed their classification of virtues and character strengths, there has been little research on ABE, while other strengths, such as gratitude or hope, have received much more attention. One of the possible reasons for this gap is the partial subjective nature of beauty, which may have spread the idea that appreciation of beauty and excellence cannot be studied using the scientific method of psychology. Nevertheless, we believe in the possibility of studying this strength, if we focus on the characteristics of the experience of the beholder, rather than in the characteristics of the objects being appreciated.

Guided by the theoretical proposal of Peterson and Seligman (2004), we decided to conduct this thesis on appreciation of beauty and excellence, in order to fill this lack of attention and to advance the state of the art on this strength, thereby providing a basis upon which other researchers can expand the study of ABE. The main questions which we have tried to answer in this work are:

- Does it make sense to consider the three proposed dimensions of appreciation of beauty, of moral excellence, and of non-moral excellence as part of the same construct? That is, does it make sense, from a theoretical point of view, to group them under the same construct? Has this proposal empirical evidence?
- How are people high in ABE? In particular, what is the relationship of this strength with gender, age, and education? How does ABE fit within the framework of the five factors of personality?
- Do people who appreciate beauty and excellence tend to have an emphatic and positive attitude towards others?
- Do people high in ABE have a higher well-being? If so, is ABE the cause?
- Can a person improve her ability to appreciate beauty as a result of a training? Is it possible, therefore, to develop this strength?

To summarize, we conclude that:

1. When people are asked to describe their experiences of appreciation of beauty and excellence, they report more episodes related to beauty, especially to nature. During the experience of ABE, people usually have positive thoughts about the world and the others, and commonly feel emotions of wonder and admiration. These experiences lead to behaviors targeted to expand the knowledge about the stimulus and to imitate the acts witnessed.
2. Based upon the theoretical review and the evidence obtained in the studies conducted, the three proposed dimensions (beauty, moral excellence, and non-moral excellence) could be considered as part of the same construct. The developed items, inspired by the theoretical review, by the data of previous studies, and by the responses of the participants in our study, were grouped in three factors easily interpretable as the three proposed dimensions, which correlated largely and significantly with each other. The internal consistency of these factors and the whole set of selected items were good. Moreover, the three factors generally correlated as expected with the variables of the nomological network, indicating that the items we have designed can properly evaluate ABE. The three-dimensional model showed a good fit to the data, which was better than the fit of a one-dimensional model, and of various two-dimensional models.
3. The analysis of the nomological network of ABE provided evidence on how people high in ABE are, and specifically, what is its relationship with gender, age, and education. Our results indicate that only the tendency to appreciate beauty slightly increases with age and education, and that women tend to appreciate moral excellence slightly more than men. No other relationships were found with sociodemographic variables. We could also verify how ABE fits within the framework of the five factors of personality. People high in ABE tend to be more open to experience, agreeable, extrovert, conscientious and less neurotic, being openness to experience the factor more strongly related to ABE, although appreciation of moral excellence correlates equally to agreeableness. The five factors of personality accounted for 23.1% of the variance in appreciation of beauty, 13.1% in appreciation of moral excellence, and 13.5% in appreciation of non-moral excellence. When considering the three dimensions of ABE simultaneously, openness to experience is the strongest predictor, especially in the case of appreciation of beauty. The fact that the five factors of personality explain a small proportion of the variance in the three dimensions of ABE, indicates that ABE is a different construct that cannot be reduced to a mere combination of the five factors of personality. In other words, the three dimensions of ABE are not just a reformulation of aspects already contained in the five factors of personality. Instead, they constitute a distinct construct, although the measure of openness to experience is seen as a characteristic of the personality that predicts ABE, especially the dimension of beauty.
4. People who appreciate beauty and excellence usually have a positive orientation toward the others. Results show that ABE generally has moderate to high relationships with most

prosociality measures evaluated, i.e., people high in ABE tend to behave altruistically, are empathetic, care about people, and trust them. Also, people who score higher specifically in appreciation of beauty tend to be slightly less materialistic.

5. In general, ABE keeps positive relationships, from small to moderate, with different indicators of hedonic and eudaimonic well-being. Specifically, people who score high in ABE tend to be more satisfied with their lives, to experience more positive emotions, are more vital, to feel they are in continuous personal growth, to have a higher meaning or purpose in life, and to experience more hope. The relationship between self-transcendence and ABE is particularly strong. Therefore, people high in ABE tend to be absorbed, and lose awareness of time and of themselves. They feel closely connected to nature and the universe as a whole, and have the feeling that everything is part of a living organism. Also, they often feel strengthened and comforted by spiritual experiences.

6. Some evidence supported the idea that ABE can be developed through specific procedures. As a result of the intervention, participants reported being more aware of objects and people around them, finding more beauty in them, and valuing them more. Furthermore, participants said they perceived beauty in more situations and objects, were more aware of the emotions that beauty produced, paid more attention to a beautiful stimulus once it had been perceived, and were more aware of the things that were particularly beautiful and that would make them feel good. According to the quantitative data, although the effect of the intervention on the levels of appreciation of beauty was not statistically significant, there was a moderate increase in the experimental condition after the intervention. This change was not observed in the other two comparison conditions. In addition, the beauty group also scored higher in appreciation of beauty than the other two groups in the post-test and follow-up, with effect sizes from moderate to large, although these were not statistically significant. Nonetheless, the intervention did lead to a statistically significant effect on the awareness of how beauty affects us, and a close to significance effect in awareness of the presence of beauty and aesthetic attitude, with effect sizes from moderate to large. The experimental condition scored higher in these variables in the post-test than in the pre-test, and it scored higher than the other two conditions after the intervention. Furthermore some of these improvements were kept or continued growing in the follow-up. Even though non-significant results prevent us from claiming with a high degree of confidence that the increase in appreciation of beauty was due to the intervention, if we consider (a) the significant result of awareness of the influence of beauty, (b) the moderate to large sizes of the effects observed in the other variables related to appreciation of beauty, and (c) the comments by the participants about the effects of the intervention, we believe that the results are relevant and point to the possibility that appreciation of beauty can be developed. However, longer interventions and studies with larger samples may be required to obtain significant results.

7. The appreciation of beauty training increased the subjective feelings of well-being, and participants in this condition scored significantly higher than the other two groups. This result provides, for the first time, evidence supporting a causal relationship between ABE and well-being. The improvement in well-being was partly due to a slight increase in positive feelings and a moderate to large decrease of negative feelings. The comments of the participants to assess the effects of the intervention also supported this result, as they noticed an increase in their well-being, and frequently reported experiencing emotions like happiness, joy, tranquility, peace and gratitude.

### *Future research directions*

From the initial evidence presented in this thesis, we suggest future research on different aspects of ABE:

*1. Three-dimensional structure of ABE.* We should investigate whether this structure is invariable across different samples and different groups, such as men and women, different age groups, etc.

*2. Detailed relations of ABE with other constructs.* We have examined the relationships of the three proposed dimensions of appreciation of beauty, moral excellence and non-moral excellence. The next step is to examine the relationships that different types of beauty and the various forms of moral and non-moral excellence maintain with different variables. For example, one aspect to be explored is the difference between appreciation of beauty and of the sublime, as well as between the appreciation of different strengths, talents and skills, based on the distinction made by Kant (1764/2008).

*3. Relationship of ABE with well-being.* We propose a vision of how ABE could contribute to well-being, that will have to be examined in the future. In particular, we believe that ABE could contribute to sustainable well-being (Kjell, 2011) on three levels: (a) the well-being of the individual experiencing ABE, (b) the well-being of individuals surrounding the person who experiences ABE, and (c) the well-being of nature.

With respect to the individual experiencing ABE, this experience could contribute directly and in various ways to the her well-being. Using the theory proposed by Seligman (2011) as a framework, ABE could relate to the five suggested components of well-being: positive emotions, positive relationships, meaning, engagement, and achievement. First, ABE involves the experience of positive emotions like gratitude, inner peace, awe, admiration or elevation, and is associated with positive affect in general. These emotions seem to favor information processing and bonding with people and the environment around us, and encourage caring behavior, the motivation to develop one's own skills, and the desire to be a better person and to succeed. Therefore, ABE may help to build intellectual, psychological, social and spiritual resources. Furthermore, positive emotions have a number of cognitive, interpersonal, physical

and emotional benefits (Vázquez and Hervás, 2009), which, in turn, positively affect well-being. Second, ABE may contribute to the formation and maintenance of positive relationships, since people high in this strength tend to establish bonds with people they admire, have a general tendency to see human beings as good, capable and trustworthy, and are more altruistic. Third, ABE might increase meaning. Frankl (1964) stated that life is suddenly justified and has more meaning when one appreciates the values of beauty, goodness and excellence. Also, if ABE as strength of transcendence favors the establishment of bonds with entities larger than oneself, it could fulfill the human need to transcend her finitude and feel part of a larger entity that is not ephemeral. Fourth, ABE could also contribute to engagement. Seligman (2011) identified engagement with the notion of flow, which implies a state of intense absorption. Likewise, people who experience ABE commonly feel transported to another world, lose track of time and forget about themselves. In his previous model of well-being, Seligman (2003) also relates engagement to the development of one's strengths. Similarly, ABE may contribute to this component of well-being since appreciation of moral excellence seems to arouse the desire to imitate the virtuous person. Therefore, appreciation of moral excellence could be a motivational mechanism in developing one's strengths. Fifth, given the motivation to develop excellence and success associated particularly with appreciation of non-moral excellence, ABE could also contribute to achievement, the other component of well-being according to Seligman (2011).

Beyond the well-being of the individual who experiences ABE, this strength could also contribute to the well-being of other human beings and nature through the prosocial and, possibly, proenvironmental attitudes and behaviors of the person high in ABE. The appreciation of the positive features of the physical and social environment seems to favor a bond with it, which may motivate ethical behaviors of protection and care, what ultimately would benefit the different systems in the world.

In addition, ABE could encourage a more consistent and lasting happiness. As opposed to a fluctuating happiness, a more stable happiness seems to be related to a flexible sense of the self that is strongly connected with the environment, including others (Dadbrum *et al.*, 2012), what seems to happen when individuals experience ABE.

Finally, by appreciating the beauty of the world and the excellence of others, people could feel motivated to imitate them, to create more beauty and to achieve excellence. And if this newly originated beauty and excellence are appreciated, in turn, by others, a spiral could emerge that involves the creation of more and more beauty and excellence in the world, which also would result in a higher well-being.

Further research should focus on the specific mediating mechanisms by which ABE can contribute to well-being. Some of them may be, for example, fascination, absorption, disconnection of desires and everyday concerns, meaning, perception of stimuli as sacred, acquisition of one type of knowledge of the essence of life, feeling of connection with a broader entity, or perception of harmony in the external stimulus that is transmitted to the inner subjective experience. Regarding this resonance between the exterior and interior of the individual, researchers should evaluate the role of mirror neurons in the identification or



correspondence between the harmonic characteristics of the stimuli perceived and the feeling of harmony experienced by the beholder, as well as the identification with the excellent person that is appreciated and the feeling of elevation, or the motivation to imitate the behaviors of the excellent people. Many of these potential mechanisms that could be mediating the effects of ABE over well-being (e.g., its ability to fascinate and produce absorption) also appear to mediate the effects of nature on well-being. It would be interesting to examine whether the effects attributed to nature (e.g., stress reduction and attention restoration) are mediated by its beauty.

*4. Possible negative effects.* In this thesis we have focused primarily on the relations of ABE with personality, prosociality and well-being, but future research should investigate whether this strength has any negative effects. Is it always better to have a high ABE? As we saw, it seems that people high in ABE are more sensitive to its absence, which may generate sadness in many situations. If these emotions motivate protective behaviors of what is beautiful or excellent, they may have a moral function and serve to ensure a proper functioning of the different systems of the world. However, if this discomfort is excessive, it could become maladaptive and have negative consequences such as depression and stress. Furthermore, is ABE beneficial in any context? Schwartz and Sharpe (2006) suggest that, depending on the context, abundance of a particular strength can be detrimental. For instance, to be absorbed by the beauty of the surroundings in a situation that requires focusing all the attention in a task, such as driving, is certainly not the most suitable attitude. Furthermore, the motivation to achieve excellence produced by ABE, may also lead, in some individuals, to establish unrealistic goals or to be excessive perfectionist, what could have negative effects such as feelings of frustration, anger, depression, anxiety and stress (Flett & Hewitt, 2002; Stoeber & Otto, 2006; Besharat & Shahidi, 2010). Additionally, another potential negative effect could be the disintegration of the self. Graziella Magherini (1989/1990) termed as "Stendhal syndrome" the psychic collapse suffered by some tourists seeking cultural entertainment in cities rich in art. She observed foreign tourists who arrived with acute mental disturbances to the emergency room of the hospital Santa Maria Nuova in Florence, and concluded that these crises occurred in some people when they encountered a new aesthetic object that is impossible to assimilate. When we are in front of a new object that needs to be assimilated, there is a phase characterized by uncertainty that can be properly resolved, resulting in a regenerated and improved self, as has also been stressed by Keltner and Haidt (2003). However, this experience could also lead to a psychological breakdown. "It is the ability to tolerate uncertainty [...] what allows the rearrangement and expansion of the mental field" (Magherini, 1989/1990).

It is therefore possible that ABE, in combination with certain psychological characteristics or in specific contexts, may not always be beneficial. Therefore, it would be necessary to study if these possible negative effects actually take place and, if they do, in what kind of individuals or under which circumstances.

5. *Interventions.* Taking as a starting point the pilot intervention conducted in this thesis, new interventions could be designed, either focusing on all the three dimensions of ABE, or on each of the dimensions separately. Interventions should, however, last longer and have more follow-up measures to assess possible effects in the long term. It would also be useful to have larger and more representative samples, which would allow for more powerful studies. Moreover, it would be interesting to evaluate different formats, for example, interventions that allow greater interaction between participants and the psychologist, as face-to-face and more personalized interventions. It should also be assessed whether these interventions work equally well for everyone and in what situations interventions may be specially effective or helpful. For example, it has been observed that positive interventions are more effective in improving the well-being of people who have psychological problems (Bolier *et al.*, 2013). Another example: if ABE facilitates transcendence, it may be a good coping mechanism in situations with no solution (such as a physical handicap or the death of a loved one) and that require a change of perspective on the problem. In this sense, it is possible that ABE interventions may be especially beneficial for elderly people, given the stage of life in which they are and their physical limitations, while interventions in appreciation of excellence may be particularly suitable for children and teens, because of the motivational effect ABE could have on the development of their character and that of their talents and abilities.

To summarize, despite the limitations shown in detail in Chapters 3 and 4, we believe that this work makes a contribution of interest to the analysis of appreciation of beauty and excellence. We hope this work will foster further research on this strength, which has been neglected for too long. We see this work as a starting point to expand the knowledge of ABE, and to show its relation to well-being and to the development of people's character and potential. We also hope that our studies, and those who come after, will serve to increase the awareness of beauty and excellence in our world, to restore our contemplative ability, and to foster appreciation of other human beings and nature for what they are, and not merely as means to other ends. We believe that ABE can promote cohesion between people, and between people and nature, which may have important implications for sustainable well-being. We also hope that our proposals can help and inspire other researchers to adopt a broader perspective on the study of character strengths, by recognizing the importance of interdependencies between individuals and their broader context.